

Guri Mette Vestby og  
Marit Ekne Ruud

# Attraktive turistdestinasjoner - gode oppvekstmiljøer?

Geilo og Hemsedal for lokal ungdom



**NIBR**

Norsk institutt for by- og regionforskning

Attraktive  
turistdestinasjoner  
-gode oppveskstmiljøer?



Guri Mette Vestby og Marit Ekne Ruud

# Attraktive turistdestinasjoner - gode oppvesktmiljøer?

Geilo og Hemsedal for lokal ungdom

NIBR-rapport 2008:17

**Tittel:** **Attraktive turistdestinasjoner  
- gode oppvekstmiljøer?**  
Geilo og Hemsedal for lokal ungdom

**Forfatter:** Guri Mette Vestby og  
Marit Ekne Ruud

**NIBR-rapport:** 2008:17  
**ISSN:** 1502-9794  
**ISBN:** 978-82-7071-7064-0  
**Prosjektnummer:** O-2596  
**Prosjektnavn:** Ungdom i turistdestinasjon  
**Oppdragsgiver:** Kommunene Hol og Hemsedal  
**Prosjektleder:** Guri Mette Vestby

**Referat:** Geilo og Hemsedal er svært attraktiv turistdestinasjoner, og direkte og indirekte følger mange fordeler og spesielle betingelser for lokal ungdom sammenlignet med andre bygdekommuner. Gjennom ungdom og unge voksnes erfaringer og synspunkter viser vi hvordan oppvekstmiljø og stedsutvikling inngår i en helhetlig sammenheng. De ser seg selv og hjembygda i lys av turistvirksomhetens positive og negative ringvirkninger. Samfunnsutvikling og politikkutforming på andre områder viser seg å ha betydning for unges oppvekstmiljø og stedstilhørighet.

**Sammendrag:** Norsk og engelsk

**Dato:** Oktober 2008  
**Antall sider:** 175  
**Pris:** Kr 250,-

**Utgiver:** Norsk institutt for by- og regionforskning  
Gaustadalléen 21,  
0349 OSLO  
Telefon: (+47) 22 95 88 00  
Telefaks: (+47) 22 60 77 74  
E-post: [nibr@nibr.no](mailto:nibr@nibr.no)  
<http://www.nibr.no>

**Vår hjemmeside:** <http://www.nibr.no>

Trykk: Nordberg A.S.  
Org. nr. NO 970205284 MVA  
© NIBR 2008

---

# Forord

Dette prosjektet er gjennomført på oppdrag fra Hol og Hemsedal kommuner, og med støtte fra Regionrådet for Hallingdal.

Representanter for kommunene har utgjort styringsgruppa som har fulgt arbeidet og gitt verdifulle innspill og kommentarer så vel ved oppstart, underveis og i forbindelse med denne rapporten. Vi takker styringsgruppa for et godt samarbeid: Liv Juchelka og Øystein Lappegard fra Hol kommune og Tove Eggen Lien og Ellen Kure fra Hemsedal kommune.

Det er i første rekke ungdom som har bidratt med sine erfaringer, kunnskap og synspunkter som ligger til grunn for analysene som er gjort i denne rapporten. Vi takker alle de unge på ungdomsskolene, videregående skoler, eldre ungdom bosatt i de to kommunene og unge sesongarbeidere som gjennom personlige bidrag og deltakelse i fokusgruppeintervjuer har gitt oss et rikholdig materiale. Takk også til voksne nøkkelinformanter som har gitt personlige intervjuer eller bidratt i fokusgruppeintervjuer.

Prosjektet er gjennomført av Marit Ekne Ruud og Guri Mette Vestby, med Vestby som prosjektleder. I tillegg har Kjetil Sørli bidratt med å framskaffe data om trender i bosetting og flytting, og Frants Gundersen har brukt BOF-registeret til å få data om sysselsetting. Per Gunnar Røe fra institutt for sosiologi og samfunnsgeografi ved Universitetet i Oslo har bidratt med kommentarer til sluttrapporten.

Prosjektet inngår tematisk i NIBR's tverrfaglige satsingsfelt "Stedsforskning" ([www.stedsforskning.no](http://www.stedsforskning.no)) som Guri Mette Vestby er koordinator for.

Oslo, oktober 2008

Berit Nordahl  
Forskningsjef

# Innhold

Forord .....	1
Tabelloversikt.....	5
Sammendrag.....	6
Summary .....	10
1 Perspektiv, problemstillinger og metoder.....	14
1.1 Formål med studien.....	14
1.2 Når oppvekststedet er en attraktiv turistdestinasjon .	14
1.3 Oppvekststed i folkehelseperspektiv.....	16
1.4 Tilnæringer og metoder .....	17
1.4.1 Tretrinns datainnsamling blant ungdom.....	18
1.4.2 Datainnsamling blant voksne .....	19
1.4.3 Andre datakilder.....	21
1.5 Framgangsmåte og analyser av det empiriske materialet .....	21
2 Bakteppe: om kommunene Hol og Hemsedal.....	24
2.1 Fakta om befolkningssammensetning.....	24
2.1.1 Hol kommune: befolkningssammensetning .....	24
2.1.2 Hemsedal kommune: befolkningssammensetning.....	25
2.2 Utdanning og sysselsetting.....	25
2.3 Fakta om turistdestinasjonene Geilo og Hemsedal....	27
2.3.1 Fjellbygdene som ble turistmagneter.....	27
2.3.2 Turistnæringen i de to kommunene .....	29
2.4 Oppvekstmiljø i kommuneplanene .....	31
2.4.1 Oppvekstmiljø i kommuneplanen for Hol kommune .....	31
2.4.2 Oppvekstmiljø i kommuneplanen for Hemsedal kommune .....	33
3 Stedsbilder av turistbygdene .....	36
3.1 Innledning .....	36
3.2 Hvordan formes stedsbilder? .....	37
3.3 Ulike blikk på bygda: ulike bilder av bygda .....	39

3.4	Stedsbildene av turistdestinasjonen Geilo .....	41
3.4.1	Geilo; turistbransjens stedsbilder.....	41
3.4.2	Lokal ungdom om turiststedet Geilo .....	42
3.4.3	Lokal ungdom om hverdagslivsstedet Geilo.....	44
3.4.4	Lokal ungdom om sentrum av fjellbyen Geilo .....	47
3.4.5	Sesongarbeideres bilder av Geilo .....	47
3.5	Stedsbildene av turistdestinasjonen Hemsedal .....	49
3.5.1	Hemsedal: turistbransjens stedsbilder.....	49
3.5.2	Lokal ungdom om turiststedet Hemsedal .....	51
3.5.3	Lokal ungdom om sentrum i fjellbygda Hemsedal ....	52
3.5.4	Lokal ungdom om hverdagslivsstedet Hemsedal.....	53
3.5.5	Sesongarbeideres bilder av Hemsedal .....	55
3.6	Foredles eller forringes det eksterne omdømmet av den store turismen?.....	57
4	Lokalbefolkningen i bildet av bygda.....	60
4.1	Innledning.....	60
4.2	Geilinger sett innenfra og utenfra.....	60
4.2.1	Lokale unge om folk på Geilo.....	60
4.2.2	Unge sesongarbeidere om folk på Geilo .....	61
4.3	Hemsedøler sett innenfra og utenfra .....	62
4.3.1	Lokale unge om folk i Hemsedal.....	62
4.3.2	Sesongarbeidere om Hemsedal.....	63
4.4	Turisme, velstand og bygdeverdier: hvordan preger det folk?.....	64
5	Sosiale og kulturelle møter og møteplasser.....	69
5.1	Sosialt hverdagsliv med mange folk utenfra.....	69
5.2	Positive impulser - som mange andre bygder ikke får.....	70
5.2.1	Naturen og skibakkene som møteplass og identitetsarena.....	72
5.2.2	Utesteder som sosiale og kulturelle møteplasser? .....	76
5.3	Slår festekulturen inn lokalt? .....	77
5.4	Sosial omgang med turistene? .....	80
5.5	Omgås lokal ungdom og unge sesongarbeidere? .....	81
5.5.1	Sesongarbeidere på Geilo i møte med de lokale.....	82
5.5.2	Sesongarbeidere i Hemsedal i møte med de lokale....	82
5.6	Sosial omgang med innflyttere og moderne nomader? .....	84
6	Baksiden av turistmedaljen.....	86
6.1	Attraktivitet og avhengighet .....	86



6.2	Ulemper ved turismen og turistene: følelse av fortrengsel .....	87
6.2.1	Horder av turister som lager bråk eller dominerer.....	87
6.2.2	”Tror de eier bygda vår...” .....	89
6.2.3	Fortrenges fra boligmarkedet? .....	90
6.3	Ødelegger bygdemiljøet og naturen med for mye utbygging .....	91
7	Turistdestinasjonen som arbeidssted og bosted i framtida?...	93
7.1	Innledning .....	93
7.2	Turismen gir gode jobbmuligheter for både voksne og skoleungdom.....	93
7.3	Eksempler på framtidorienterte tiltak .....	95
7.4	Ser de seg selv i reiselivet i framtida? .....	96
7.5	Tanker om framtida – kvaliteter ved bygda. ....	97
7.5.1	Hemsedal.....	98
7.5.2	Geilo.....	98
7.6	Dagens trender: Fakta om kommunenes tiltrekning på folk i etableringsfasen.....	99
7.6.1	Hvor mange har slått seg ned i hjemkommunen?....	100
7.6.2	Hvor har de utflyttede slått seg ned?.....	102
7.6.3	Lokale og innflyttere i dagens lokalbefolkning i alderen 35-42 år.....	102
7.6.4	Tiltrekningskraften på folk fra andre steder.....	104
7.6.5	Videreflyttingen: kommunene vinner hvis de kan minske denne noe .....	104
8	Avsluttende analyse og drøfting .....	107
8.1	Innledning .....	107
8.2	Stedsidentitet: mangfold og motsatser .....	107
8.3	Kollektiv identitet, samhörighet og tilhörighet.....	111
8.3.1	Bygdebilder og kollektive selvbilder.....	111
8.3.2	Tilhörighet til natur og landskap.....	113
8.3.3	Tilhörighet til bygdemiljø.....	114
8.4	Oppvekstmiljø, sosial kapital og bygdas framtid.....	117
8.5	Oppvekstmiljø og kommuneplanlegging.....	120
8.6	Ungdoms deltakelse i utvikling av oppvekstmiljø og steds kvaliteter.....	122
	Litteratur .....	125
	Vedlegg 1 Spørreskjema.....	129
	Vedlegg 2 Tabeller .....	141
	Vedlegg 3 Tabeller: Oppslutning om ungdomssitater.....	143

## Tabelloversikt

Tabell 2.1 ...Andelen av sysselsetting i turistrelaterte næringer pr. 1. januar 2008. Prosent.....	26
Tabell 2.2 ...Utdanningsnivå landet, fylket og kommunene. SSB 2007. Prosent.....	27
Tabell 2.3 ...Nøkkeltall reiselivsnæringen Hol og Hemsedal.....	29
Tabell 7.1 ...Bosetting og flytting blant 5 årskull <b>menn</b> født 1968-72 som bodde i kommunen som 15-åringer. Prosent av alle.....	101
Tabell 7.2 ...Bosetting og flytting blant 5 årskull <b>kvinner</b> født 1968-72 som bodde i kommunen som 15-åringer. Prosent av alle.....	101
Tabell 7.3 ...Andelen lokale og innflyttere i dagens lokalbefolk- ning. 5 årskull <b>menn</b> født 1968-72. Prosent av alle..	103
Tabell 7.4 ...Andelen lokale og innflyttere i dagens lokalbe- folkning. 5 årskull <b>kvinner</b> født 1968-72. Prosent av alle.....	103
Tabell 7.5 ...Andelen videreflyttere av alle innflyttere. 5 årskull <b>menn og kvinner</b> født 1968-72. Prosent av alle. ....	105

# Sammendrag

*Guri Mette Vestby og Marit Ekne Raud*

## **Attraktive turistdestinasjoner – gode oppveksmiljøer?**

Geilo og Hemsedal for lokal ungdom

NIBR-rapport 2008:17

Denne studien synliggjør sammenhenger mellom ulike samfunnsområder som oppvekstmiljø, turistutvikling, hyttebygging, naturforvaltning og bygdekultur, og retter søkelyset på hvordan politikkutforming og samfunnsutvikling på disse områdene får betydning for unges dagligliv og stedstilhørighet. Dette innebærer at kommunene bør ha et helhetlig perspektiv på oppvekst- og ungdomspolitikken og strategier for forebygging. I et langsiktig perspektiv dreier dette seg om unges selvforståelse som del av bygdefelleskapet og deres forankring og tilknytning til hjembygda.

Det har vært sentralt å få kunnskap om hvordan de unge selv opplever Geilo og Hemsedal som oppvekststed og bosted, og se dette i lys av at dette er sterke turistdestinasjoner. Kommunene står overfor store utfordringer med å balansere hensynene til så vel turistutvikling som stedsutvikling og ivaretagelse av et godt oppvekstmiljø. Lokal ungdom i alderen 15 – 25 år har vært de viktigste informantene, men også voksne nøkkelpersoner og unge sesongarbeidere har bidratt i datainnsamlingen. Empirien består av både kvalitative intervjudata og kvantitative data i form av surveyresultater og statistikk.

De unge på Geilo og i Hemsedal vokser opp med mange fordeler og muligheter som følger av at hjembygda er turistdestinasjon. Sammenlignet med mange andre bygder uten så mye turisme er det mye som skjer og det blir mer liv og langt flere begivenheter, arrangementer og opplevelsesmuligheter. Anlegg og arealer som er utviklet av turistnæringen er stort sett også tilgjengelige for de lokale. Alle turistene, sesongarbeiderne og gjestearbeiderne som

NIBR-rapport 2008:17

kommer til disse bygdene kompenseres for få folk, og i følge de unge gjør dette at de får mange impulser fra folk fra andre steder og dette igjen bidrar til at de blir litt mer utadvendte og det blir et åpnere samfunn. De unge er stolte av bygda si, av den flotte naturen og alt stedet har å by turister og tilreisende, og de speiler seg uvilkårlig i oppfatningene om de attraktive stedene som mange har hørt om. De bor ikke på anonyme steder! I skibakkene har de lokale unge stor status pga. sine ferdigheter og moteriktig klær og utstyr. Her møter de ungdom fra andre steder, men de omgås i liten grad på andre arenaer. De er mer betraktere enn deltakere på after-ski-steder og andre utesteder, og festekulturen blant besøkende og sesongarbeidere tar de ikke etter, selv om en av to mener at dette er noe de faktisk blir påvirket av. De få trekkes inn i festingen her og nå, men de mange påvirkes kanskje på lengre sikt. De besøkende er i feriemodus, de lokale skal leve sine hverdagsliv.

Det er heller ikke mye sosial omgang mellom lokale og sesongarbeidere som bor noen måneder i bygda. Sesongarbeiderne selv synes det er vanskelig å bli kjent og mange av dem savner å kunne delta i et mer vanlig bygdeliv med kultur- og fritidsaktiviteter. For øvrig er de mange tilreisende familier med barn og ungdom ofte "gjennomtrekkere", noe barnevernet og skolen begge steder merker. Det er lett å få ufaglærte jobber her, noe som også tiltrekker seg familier i risikozonen. Ansatte føler ansvar for å prøve å integrere disse "moderne nomadene", men midlertidigheten er en barriere. Barna blir i liten grad integrert i fritidsaktiviteter der mange av de lokale er, enten det er i skigruppene, ballspill, kulturskolen eller ungdomsklubbene, - "de skal jo snart reise igjen".

Oppfatninger om Geilo og Hemsedal formes av mange aktører, og vi viser hvordan både turistbransjen selv, eksterne sesongarbeidere og de lokale unge er med på å forme stedsbildene. Den storslåtte naturen er en viktig ingrediens i stedsbildene. I Hemsedal er aktivitetsprofilen sterk i merkevarebyggingen; begivenheter, aktiviteter, events, konkurranser, underholdning og opplevelser. Et uttall serveringssteder er med på å understreke at "her skjer det noe" og de unge er enige i at dette er en party-plass. Historie og tradisjoner mangler nesten helt i disse stedsbildene, særlig i vinterbildene, mens Geilo i større grad løfter dette fram og lar det ramme inn fortellingen om det gode familiestedet og den hyggelige atmosfæren i og rundt fjellbyen. Det er på Geilo de unge trekker

fram viddas muligheter og snakker om miljømessige naturkvaliteter som frisk luft, rent og godt vann. De uroer seg for at den sterke veksten som har skjedd i bygging av hytter og leilighetskomplekser de siste åra skal ødelegge landskapet, særpreget og idyllen. Dette gjelder begge steder, men er klart mer utbredt på Geilo enn i Hemsedal.

Visse perioder i vintersesongen dominerer turistene disse bygdene. I Hemsedal er det horder av festglad ungdom og unge voksne som fører med seg en god del fyll, hærverk og problemer som gjør at de voksne sier dette ikke er særlig ”barne- og ungdomsvennlig”. På Geilo dominerer turistene på en annen måte, og de lokale unge liker dårlig at mange turister er arrogante, tar seg til rette og ”tror de eier bygda vår”. Dette bidrar til å opprettholde en følelse av underlegenhet og en mer negativ holdning til turismen enn det vi finner i Hemsedal.

En positiv effekt er at reiselivsnæringen byr på mange muligheter for arbeid, både for de voksne og for ungdom ved siden av skolen. Men det synes som eldre ungdom ikke finner arbeid i turistnæringen så attraktivt og få peiler seg inn mot utdanninger som er relevante for denne næringen. At det er få norske sesongarbeidere på hoteller, serveringssteder og i skianleggene, er kanskje en medvirkende forklaring til at de lokale unge ikke sikter mot arbeid i denne bransjen.

Inntjeningsmulighetene turismen gir har ført til at det er mye penger blant folk og et høyt materielt forbruk, noe som også i stor grad preger oppvekstmiljøet med sterkt fokus på klær og utstyr. En del voksne bekymrer seg for om gamle bygdeverdier, der sosial anerkjennelse mer baseres på hvem du er og hva du yter i lokalsamfunnet, nå er i ferd med å bli erstattet av status basert på stort materielt forbruk. Dermed er det en fare for at folk i større grad rangeres etter penger, og for familier med lave inntekter vil den relative forskjellen oppleves sterkere. Når skibakken er det store møtestedet om vinteren der ”alle er”, og der barn og unge stiller med det siste i utstyr og klær, blir det vanskelig å ha dårlig råd. Sosiale ulikhet pga. materielt forbruk kan føre til nye inkluderings- og ekskluderingsmekanismer. Med mye innflytting og gjennomtrekk, vil stadig nye eksterne folk være med på å prege endring i rådende verdier i bygda. I dag er det en større andel

---

innflyttere enn ”innfødte” blant voksne i aldersgruppen med skolebarn.

De unges stedstilhørighet utgjøres i stor grad av tilhørighet til natur og landskap og til det sosiale bygdemiljøet og bygdefellesskapet, selv om dette består av svært ulike folk. Om de kunne tenke seg å bo i bygda som voksne avhenger ikke bare av varierte arbeidsmuligheter, rimelige boliger og et trygt oppvekstmiljø for barna med gode aktivitets- og kulturtilbud. De peker også på at utbyggingen ikke må ødelegge naturen, landskapet og bygdemiljøet. Mange unge synes den store utbyggingen har tatt helt av, at den ødelegger naturen og idyllen, gjør det mindre trivelig og truer bygdemiljøet som blir mer byaktig, og at stedets identitet forvandles. Lokal ungdom og unge sesongarbeidere blir dessuten fortrent fra boligmarkedet fordi prisene presses i været. Dette er ikke bare et økonomisk og praktisk spørsmål, det synes også å få en symbolsk alvorlig effekt ved at mange føler seg mindre verdifulle og ikke viktige nok for bygda i framtida. At det blir lagt til rette for lokalbefolkningen og ikke bare turistene, har ikke bare en praktisk betydning. Likeså viktig er det for stedstilhørigheten.

## Summary

*Guri Mette Vestby and Marit Ekne Rund*

### **Attractive tourist destinations – good development and environment for young people?**

Geilo and Hemsedal for local youth

NIBR Report 2008:17

This study traces connections between factors like living conditions for children and adolescents, expanding tourist and second home markets, natural resource management and rural culture. It showcases the effects of policy making and economic development on the everyday lives of the young and on their sense of belonging. It means that local councils should formulate a comprehensive, coherent policy towards children, adolescents and preventative action. Over a longer time span, it also concerns young people's self-understanding as members of a rural community to which they feel attached and appreciated.

A central preoccupation of the project was to gather information about how adolescents themselves perceive Geilo and Hemsedal as places to live and grow, given that both are very popular tourist destinations. Both local councils face a considerable challenge to balance the needs of tourism and place development while ensuring a satisfactory environment for children and adolescents. Our main informants are young people aged 15–25, though well-placed individuals and young seasonal workers have contributed to the stock of information. The empirical basis comprises qualitative data from the interviews and quantitative data from survey and statistics.

The young residents of Geilo and Hemsedal enjoy many advantages and opportunities from the fact that their home places are popular among tourists. Compared with many other rural

NIBR-rapport 2008:17

communities out of the tourist way, there is a large number of things going on, there is more life, a lot more events, arrangements and amusements. Facilities and land developed by the tourism industry are usually open to local youngsters as well. Compensating the low number of local residents are the tourists, seasonal and guest workers. It is exciting and stimulating to meet new people from other places, say the young people. It encourages a more outgoing mentality and makes the community more open. They are proud of their home places, of the magnificent natural surroundings and everything the places have to offer for tourists and travellers, and they mirror themselves instinctively in the attractive perceptions of places that are known to so many. Their home places are by no means anonymous! Their skiing skills, fashionable attire and equipment give the young quite a reputation on the ski slopes. Here they meet young people from other places, though they tend not to mix off the slopes. They are observers more than participants at after-ski events and venues. Nor do they emulate the party culture of visitors and seasonal workers, although half of our young informants believe they are not unaffected by it. A minority gets involved in partying in the here and now, but the majority may still be affected over a longer term. Visitors arrive and stay in holiday mode, the locals have their own everyday lives to get on with.

Nor is there much intermingling between local people and seasonal workers whose stay is counted in months. The seasonal workers themselves find it difficult to get to know local inhabitants, and many of them miss having a part to play in the ordinary round of rural life, cultural and leisure. In addition, many families are temporary staying in Geilo and Hemsedal. Unskilled jobs are plentiful, which tends to also attract at-risk families. Both child welfare authorities and schools in both places feel a duty to encourage integration of these “modern nomads”, but the temporary nature of their stays is a barrier. “They’ll be off soon enough”, and many of them have little interest in the local community or what they have to offer in the cultural or social line.

Images of these mountain communities are influenced by many agents, and we show how the tourism business itself, seasonal workers from the outside and the local youth all take part in the construction of the place images. Magnificent natural surroundings are an important ingredient of these place images. Hemsedal



pursues image development seriously, with events, activities, competitions, entertainments and amusements. Innumerable restaurants and bars help define the “this is where it happens!” image, and the young agree it is a place for partying. History and traditions are almost completely absent from these place images, particularly the winter images. Geilo does more to accentuate its heritage as the envelope around the narrative of a congenial place for the whole family, a welcoming atmosphere in and around the mountain town. The young, too, mention the mountain plateau’s opportunities, and it is at Geilo the young speak about environmentally friendly natural benefits like fresh air and pure, clean water. They are worried about the pace of second home and apartment complex building in recent years. It could damage the landscape, the unique qualities and idyll. This is true of both places, but Geilo youth are more concerned than the young of Hemsedal.

During certain periods of the winter season tourists dominate these rural towns. Hordes of partying teenagers and young adults home in on Hemsedal where they drink to excess, behave like vandals and cause trouble; the adult population too describes the situation as not particularly “good for children or youth”. At Geilo the tourists predominate in a different way, and local youth take offence at the arrogance of many tourists, their lack of consideration and apparent belief that “they own the place”. The sense of inferiority and antagonism towards tourists are stronger than the young of Hemsedal display.

One positive outcome is that tourism creates a range of employment opportunities both for adults and youngsters after school, though it has a strong effect on the young people’s wider environment, directing attention towards clothes and accessories. Some adults are worried that the old rural values are disintegrating. Social status used to derive from who you were and what you did for the community, Today, consumption is on the fore front. The danger is the increasing importance of wealth as an indicator of social standing. For low-income families, the relative difference feels much wider. And as the ski slope is the most popular venue during the winter, a place “everybody” visits, where children and adolescents pose in the latest accessories and outfits, being short of money is obviously painful. Social inequality based on conspicuous consumption could introduce new inclusion and

---

exclusion mechanisms. With high influx levels and temporary stays, the constant flow of outsiders helps set the direction in which key community values are likely to change. There is a higher proportion of outsiders than “natives” in the age-group adults with schoolchildren.

A large number of the young feel expansion is out of control. Economic growth destroys the natural environment and sense of the idyllic; makes the place less enjoyable; and threatens the lifeblood of the community, while increasing the pace of urbanisation and transformation of place identity. Local youths and young seasonal workers are squeezed out of the housing market as demand presses house prices sky high. This is not simply an economic and practical question, it appears to have a serious symbolic effect. Young people feel as if they are worth less, and of little importance to the community of the future. The young people’s sense of belonging depends largely on their sense of attachment to the natural environment, landscape, social connections and rural community, despite a highly diverse native population. Asked if they could imagine settling in the town as adults, they say it depends on the job opportunities, affordable housing and a safe place to rear children, with attractive activities and cultural diversions. They also insist that developments and expansion must not be allowed to damage the natural environment, the landscape or rural community. The authorities need to attend to the needs of the local residents, not just the tourists. It is not simply a practical issue. It is just as important for the young people’s sense of place attachment.

# 1 Perspektiv, problemstillinger og metoder

## 1.1 Formål med studien

Problemstillingene i denne studien er knyttet til de relativt vide formålene:

- \* Å få kunnskap om hvordan unge opplever Geilo og Hemsedal som oppvekststed og bosted
- \* Å identifisere faktorer og forhold ved Geilo og Hemsedal som turistdestinasjon som direkte og indirekte har betydning for unges trivsel og psykososiale forhold, samt for stedsidentitet og kvaliteter ved oppvekstmiljøet. Denne kunnskapen skal gi kommunene grunnlag for å målrette helsefremmende og forebyggende arbeid for barn og unge i kommunen, herunder å kunne ivareta barn og unges interesser i planarbeidet.
- \* Å synliggjøre sammenhenger mellom ulike samfunnsområder som oppvekstmiljø, turistutvikling og bygdekultur, til bruk i planlegging og politikkutforming. Dette skal gi grunnlag for lokale drøftinger om stedenes utvikling, til bruk i det videre kommuneplan- og stedsbyggingsarbeid.

## 1.2 Når oppvekststedet er en attraktiv turistdestinasjon

Hol (der Geilo ligger) og Hemsedal er bygdekommuner øverst i Hallingdal: oppvekststeder og bosteder som samtidig er store turistdestinasjoner i stadig utvikling og omforming. Hit kommer

turister fra inn- og utland og hit kommer en rekke ulike sesongarbeidere og innflyttere for å jobbe på hoteller, serveringssteder, skianlegg og i byggebransjen. Reiselivet og utbyggingsvirksomheten generer samtidig mange jobber for lokale innbyggere sammenlignet med hva som skjer i de fleste andre bygdekommuner med tilsvarende folketall. Turismen gir dessuten spesielle muligheter for lokale grunneiere og eiendomsbesittere for å omsette og utnytte sine verdier.

Kommunene er både oppvekststeder, bosteder, turiststeder og arbeidssteder, og kommunene skal arbeide for å bevare og utvikle kvaliteter ved alle disse sidene ved stedet og avveie ulike behov mot hverandre. I denne studien er det oppvekstmiljøet som er i fokus: Hvordan former turistvirksomheten stedene som oppvekststed og bosted for ungdom? Livskvaliteter og steds-kvaliteter for unge er langt på vei viktige også for andre aldersgrupper, for familiers vurdering av Geilo og Hemsedal som bosted, og for arbeidstakeres vurdering av attraktiviteten ved å jobbe der. Derved er oppvekstmiljøkvaliteter også viktig for næringslivet, inkludert reiselivsnæringen, ettersom det er vesentlig for dem å rekruttere og holde på kompetent arbeidskraft. Stedskvaliteter har også stor betydning for turistens ønske om å besøke Geilo eller Hemsedal, eller mer permanent ha sin feriebolig der. Det vil altså være noen *sammenfallende interesser* og vurderinger knyttet til disse stedenes særpreg og kvaliteter. Samtidig kan det være *motstridende interesser* ved at utviklingsmuligheter som isolert sett er attraktive for deler av næringslivet, kan komme til å ha negative konsekvenser for lokalsamfunnet eller for barn og ungdoms trivsel og psykososiale velferd.

Atferdsmønstre og forbrukskulturer blant turister og sesongarbeidere vil på ulike måter sette sitt preg på stedet, også som oppvekststed. Hva slags opplevelsesmuligheter, aktivitetstilbud, skjenkesteder og butikker som næringslivet etablerer og driver er også med på å forme stedets identitet så vel som unges hverdagsliv og omgivelser, på godt og vondt. På steder som Geilo og Hemsedal vil mye av det som skjer og mange av de valg som foretas få implikasjoner for ungdom. Stedenes særpreg får derved betydning også for unges egen identitet. Det dreier seg om hvem de opplever at de er, som individer og som hølinger/geilinger og hemsedøler i møte med voksenkultur, tradisjonell bygdekultur og en turistpreget bykultur. "Place is a unique and special location in

space notable for the fact that the regular activities of human beings occur there. Moreover, because it is a site of such activities and all that they entail, place may furnish the basis of our sense of identity as human beings as well as our sense of community with others” (Paciona 2005).

### 1.3 Oppvekststed i folkehelseperspektiv

Hvordan ungdommen opplever ulike sider ved hjemstedet, er viktig for hvordan stedet på godt og vondt fungerer som oppvekststed. Ett og samme forhold kan, avhengig av ståsted og øynene som ser, oppleves som attraktivt og tiltrekkende, eller det motsatte hvis det er noe en tar avstand fra eller ikke er interessert i. Dette kan dreie seg om alt fra forbruksmønster, festing og moteklær til rus, tradisjonell bygdekultur, samværsformer eller utdanning. Trygghet, trivsel og psykisk helse er for unge særlig forankret i slike faktorer, kanskje nettopp fordi unges identitet i denne type oppvekstmiljøer formes i møter mellom ulike kulturer og ulike skillelinjer mellom ”vi” og ”de”. Både tilhørighet til sosiale miljøer og stedstilhørighet vil bety noe for hvem de opplever at de er. Ekskludering og inkludering som sosiale og kulturelle mekanismer kan være ekstra sterke på små steder, noe som for mange kan komme til å få betydning for psykisk trygghet og tilhørighet. Dette er folkehelse tema for nærmere en fjerdedel av befolkningen. Forebyggende arbeid blant barn og unge handler altså også om så vel folkehelsearbeid som stedsutvikling, der en søker å avdekke hva slags forhold og mekanismer det er som skaper utrygghet, identitetsforvirring og økte risikofaktorer. Motsatt kan stedet preges av kvaliteter, positive særpreg og muligheter som er gunstig for mange unge.

Det er viktig å identifisere samfunnsmessige faktorer som styrker eller svekker livskvaliteter og oppvekstmiljø. I St.meld. nr. 16. 2002-2003: ”Resept for et sunnere Norge”, den såkalte Folkehelsemeldingen, sies det: ”Positive faktorer handler blant annet om styrkende faktorer i miljøet rundt oss, om vårt forhold til våre nærmeste og de nettverk vi inngår i, og i hvilken grad livet oppleves å ha mening og å være forutsigbart og håndterbart. Dette kan kalles beskyttelses- eller mestringsfaktorer og gir individer og grupper bærekraft og slitestyrke”. Oppsummert er det uttrykt slik: ”Folkehelsearbeid handler om å satse i forhold til den fysiske

helsen, blant annet gjennom påvirkning av levevaner og levekår. Men det handler også om å satse på den psykiske helsen, gjennom å legge til rette for opplevelser og mestring, god selvfølelse, menneskeverd, trygghet, respekt og synlighet”.

I Stortingsmeldingen er strategier for forebygging innen psykisk helse for barn og unge særlig siktet inn mot skole og sosial- og helsevesenet som jobber direkte opp mot disse aldersgruppene. Tiltak mot mobbing og opparbeiding av sosial kompetanse er sentralt her. Mange forebyggingstiltak i norske kommuner er rettet inn mot individer og deres livsbetingelser, og det er påpekt at mange av tiltakene bidrar til å trekke oppmerksomheten bort fra sosiale og strukturelle forhold som medvirker til å produsere problemene (Carlsson 2002, Henningsen og Gotaas 2008). Vår studie søker å vise sammenhenger mellom folkehelsefremmende faktorer, planlegging og stedsutvikling i vid forstand. Både folkehelse i alminnelighet og oppvekstmiljø utvikles som resultat av hva som skjer i en rekke andre sektorer. Stedenes særpreg, kvaliteter og mangler, og hva slags utvikling som foregår der på godt og vondt har betydning også for unges fysiske og psykiske helse, samt for den sosiale trivselen og tilhørigheten.

Vi retter søkelyset mot ungdom som gruppe og forhold ved disse turiststedene som kan antas å påvirke oppvekstmiljø og bygdemiljø og som i vid forstand kan virke beskyttende og styrkende, altså helsefremmende. Faktorer som virker negativt eller reduserer kvaliteter er likeså viktig. Vi har altså et annet perspektiv enn de vanlige folkehelsestudier eller oppvekststudier ved at vi tar utgangspunkt i egenskaper ved (turist)stedet som har betydning.

## 1.4 Tilnærminger og metoder

Det sammensatte perspektivet har representert en metodisk utfordring: her er det ikke ”bare” oppvekstmiljøet som skal studeres, men de interessante og utfordrende koblingene til stedsidentitet og turistbasert stedsutvikling. Vi har tatt utgangspunkt i et såkalt *aktørperspektiv* slik at problemstillingene kunne belyses fra ulike ståsteder. Geilo og Hemsedal som oppvekststed og bosted, turiststed og arbeidssted ser forskjellig ut avhengig av aktørene og deres erfaringer, bruk av stedet og interesser knyttet til utvikling av stedet.

Oppdragsgiverne, kommunene Hol og Hemsedal, ønsket først og fremst å få kunnskap om hvordan *ungdom* opplever hjemstedet og hvilke impulser, muligheter, utfordringer, problemer, risikoforhold de møter (eller ikke møter) her. Ungdom skulle altså være de viktigste informantene.

#### 1.4.1 Tretrinns datainnsamling blant ungdom

I hver av kommunene Hol (Geilo) og Hemsedal har vi gjennomført en tretrinns datainnsamling som viste seg å fungere godt og som ga oss et rikt datamateriale av så vel kvalitativ som kvantitativ karakter.

##### **Fokusgruppeintervjuer**

Fra *hver* kommune har vi gjennomført fokusgruppeintervjuer (trinn I og II) med disse gruppene:

- Elever i 10.klasse på ungdomsskolen
- Elever i videregående 2.trinn
- Voksen ungdom fra bygda (ca. 20-26 år)
- Unge sesongarbeidere (ca. 20-28 år)

Totalt deltok 93 ungdommer, alle i både trinn I og II:

*Trinn I:* Gruppen fikk først en kort introduksjon om temaet og metoden. Deretter ba vi hver og en å skrive med egne ord på post-it-lapper oppfatninger og erfaringer om oppvekstedet og hjembygda som turistdestinasjon; først en runde med de *positive* sidene, deretter en runde med *negative* forhold eller mangler/fravær av kvaliteter. I en pause samlet vi inn og foretok en grovsortering av lappene etter ulike tema og ulike oppfatninger.

*Trinn II:* Etter pausen ble de ulike tema tatt opp til samlet drøfting i gruppa med utgangspunkt i det de unge hadde skrevet. Fokus ble dreid mot oppvekstmiljøet i lys av at stedene er attraktive turistdestinasjoner. Da fokusgruppeintervjuet var ferdig satt vi således igjen med både de unges (individuelle) skriftlige bidrag og våre egne intervjunotater fra samtalene mellom de unge og mellom oss og dem.

*Trinn III:* Vi brukte sitater fra ungdom selv fra trinn I og II som grunnlag for å utforme en spørreundersøkelse; vi gjorde et utvalg ungdomssitater om ulike tema vi skjønte de syntes var viktige, og ba de unge krysse av for grad av enighet (se vedlegg 1). Selv om sitatet i utgangspunktet kom fra én av bygdene, oppgav vi ikke dette. Hensikten var for det første å se hvor stor utbredelse typiske enkeltutsagn har, og for det andre å se om det var vesentlige forskjeller mellom Hol/Geilo og Hemsedal. I tillegg hadde vi noen få spørsmål om bakgrunnsvariable og om jobber, bygdas omdømme og faktorer som vil være viktig for at det kan være aktuelt å bosette seg der.

### **Spørreundersøkelse**

Spørreundersøkelsen ble gjennomført som en elektronisk survey som ble sendt ungdomsskolene samt de videregående skoler på Ål og Gol (der de unge fra Hol og Hemsedal går på videregående). Det er stort sett bare ungdomsskoleelever som har svart, og surveydataene må derfor ses som uttrykk for denne aldersgruppens meninger og oppfatninger. Siden det av ulike tekniske årsaker tok mer tid enn beregnet å få ut undersøkelsen, kom vi for nær opp i eksamens-tidspunkter på våren for videregående-elevne. Dette kan være én forklaring. En annen kan være at det ikke er like enkelt å gjennomføre en elektronisk survey på videregående. På ungdomsskolen kunne man sette i gang hele klassen samtidig med å svare på undersøkelsen på datamaskinene. På videregående er elever fra Hol og Hemsedal spredd i ulike klasser, og går sammen med elever fra andre kommuner i Hallingdal. Linken ble derfor sendt over til elevene som hver for seg kunne besvare undersøkelsen.

Samlet er det 125 unge som har besvart spørreundersøkelsen. For noen enkeltspørsmål er det litt færre besvarelser. Det er en ganske jevn fordeling mellom kommunene: 68 fra Hemsedal og 57 fra Hol, og det er like mange jenter som gutter. Et flertall har bodd lenge i hjembygda; drøyt 80 prosent har bodd der mer enn 10 år.

#### **1.4.2 Datainnsamling blant voksne**

Aktørperspektivet tilsa at vi ville supplere ungdomsmaterialet med erfaringer og synspunkter fra *ulike voksne aktører* som enten jobber med ungdom eller med planlegging og politikktutforming i



kommunen, samt voksne som er sentrale i turistnæringen, stedsutviklingen og (om)forming av Geilo og Hemsedal. I samarbeid med styringsgruppa satt vi sammen *en gruppe nøkkelpersoner i hver kommune* og gjennomførte samme type *fokusgruppeintervju* med dem som vi hadde gjort med ungdommene.

I små lokalsamfunn har nøkkelpersoner gjerne flere og ulike roller, i så vel sitt yrkesliv som i det lokale kulturliv, idrettsliv og lokalpolitikk. De har ”mange hatter” som gir erfaring fra ulike samfunnsfelt. Dessuten kjenner mange hverandre fra oppvekst og bygdefellesskap. Dette gjelder de fleste av de som deltok i fokusgruppene. Nedenfor gir vi likevel en oversikt over de roller eller sosiale posisjoner som var representert der.

#### **Fokusgruppe i Hemsedal:**

- ansatt på turistkontoret
- helsesøster
- helse- og sosialsjef
- miljøarbeider barn og ungdom
- leder for vakselskapet
- café-eier
- oppvekstsjef
- representant for politi/lennsmannsetat

#### **Fokusgruppe i Hol:**

- idrettslagsrepresentant
- utbygger reiselivsnæringen
- handelsstanden/næringsdrivende
- koordinator oppvekst/kulturetaten
- ruskonsulent
- helsesøster
- ansatt i psykisk helse
- sosiallærer
- frivilligheten/Røde Kors
- ansvarlig samfunnsutvikling i kommunen

Etterpå hadde vi *personlige intervjuer* med kultur/fritidslederen i kommunen, en representant for ledelsen ved Dr. Holms hotell og en ansatt på lennsmannskontoret i Hol, siden disse ikke hadde anledning til å delta i fokusgruppeintervjuet.

I begge kommunene har vi underveis hatt personlige intervjuer med ordfører og rådmann.

I tillegg hadde vi ved oppstart *informantintervjuer* som gruppesamtale med ansatte i kommunen som jobbet med ulike tema vedrørende ungdom, helse, planlegging, miljø og lignende.

### 1.4.3 Andre datakilder

I tillegg til disse datainnsamlingene blant ungdom og voksne nøkkelpersoner har vi foretatt *dokumentstudier* av offentlige plandokumenter, statistikk, turistinformasjon og fulgt med i lokale media. Dessuten har vi sett på annen relevant forskning og teoretisk faglitteratur.

## 1.5 Framgangsmåte og analyser av det empiriske materialet

Vi har et stort kvalitativt materiale, og i arbeidet med analysen og skriveingen har vi valgt ut ulike aktørers oppfatninger, erfaringer og meninger om oppvekstmiljøene i lys av at bygdene er turistdestinasjoner. Ulike tema og perspektiver preger framstillingen og belyses gjennom sitater og data om oppslutning om en del av sitatene. Det er med andre ord i stor grad en *empirisk fortolkning og analyse*, selv om vi og har hatt et klart teoretisk utgangspunkt (slik avslutningskapitlet viser). Det er derfor naturlig å spørre: Hvordan er utsagnene valgt ut? Hvordan er de fortolket og brukt? Gir de et riktig bilde?

Vi vil her kort redegjøre for hvordan vi går fram når vi som i denne studien har et spesielt fokus, men med en relativt åpen tilnæringsmåte som i hovedsak består av analyse av kvalitative data. En klar fordel med kvalitative tilnæringsmåter og data er at vi fanger inn erfaringer, oppfatninger og synspunkter vi på forhånd ikke kunne tenkt oss til. Måten en mening uttrykkes på forteller mye som det ikke er mulig å avdekke ved rene kvantitative

undersøkelser. Slik vil de direkte sitatene gi en annen innsikt i hvordan folk, unge som voksne, opplever et forhold eller fenomen. De representerer ulike ststeder i lokalsamfunnet og gjør det mulig å se variasjonen som finnes.

Veien fra rådata til presentasjonen av analysene i denne ferdige rapporten er lang og består av mange små analytiske steg. Når folk intervjues, enten det er personlig eller i en fokusgruppe, fortolker vi utsagnene mer og mindre automatisk som ledd i utformingen av de påfølgende spørsmål. Det er samtalens form. Vi velger hva vi oppfordrer informantene til å utdype, hva slags oppfølgende spørsmål vi stiller, eller vi presenterer vår forståelse av svaret for å sjekke at vi har tolket det rett. Også utvelgelsen av skrevne sitater, for å få dem drøftet i fellesskap i gruppa eller presentere dem i surveyen, representerer analytiske valg. Dessuten spilte deltakerne selv inn tema eller perspektiver underveis i gruppedrøftingene.

Når noe på denne måten velges ut og fokuseres, er det noe annet som velges bort og derved heller ikke får noen vesentlig plass i den endelige presentasjonen og analysen. Våre valg og fortolkninger har derfor betydning.

En grunnleggende ledetråd har vært, så vel underveis i prosessen som i den endelige analysen, å prøve å fange inn forhold eller fenomen som informantene var særlig opptatt av. Når flere, ofte mange, er inne på noe av det samme har det betydning for ”fortellingen om stedet”, enten det dreier seg om ungdommens fritidsliv eller bygdas turister. Vi følger en metodikk der vi prøver å identifisere det *typiske*; typisk forstått som holdninger som går igjen og/eller som den typiske måten å forholde seg til et fenomen på (Repstad 1993, Widerberg 2001). *Måten* forholdet eller fenomenet omtales på av unge og voksne er viktig: er det positivt eller negativt? Skinner det aksept eller misnøye fra utsagnene? Hvilke ord og begreper bruker de? Når mange uttrykker stolthet over bygda må vi gi det en tydelig plass. Når mange uttrykker uro over turismen og utbyggingen, må også dette løftes inn i hovedfokuset. Slik blir de byggesteiner i vår *fortolkning* av det særegne ved disse to bygdene sammenlignet med mange andre bygder. Å bruke denne kontrasten kan og sies å være et analytisk grep; det danner seg et klarere bilde av fordeler og ulemper, av det som var annerledes eller mer framtreddende her.

*Måten* vi presenterer sitatene i denne rapporten på inngår i en større analytisk sammenheng. Vår fortolkning går et skritt videre enn bare å kategorisere informantenes oppfatninger og erfaringer. Vi spør oss: Hva ligger egentlig i disse utsagnene? Når en ungdom sier ”Veldig mye hyttebygging, noe som gjør det utrivelig” eller ”Når byfolka kommer hit så blir det mer bymiljø...men vi som bor her på bygda vil jo ha bygdemiljø” så velger vi å *tolke* dette som uttrykk for at disse unge er glad i bygda, bryr seg om hva som skjer, uroer seg for tap av kvaliteter. Et negativt utsagn fortolkes altså som noe positivt. Det er mange lignende utsagn som bygger opp om fenomenene stolthet, nærhet og tilhørighet, eller uro og misnøye med en del av den utviklingen som finner sted.

Tolkningene baserer seg på *helheten* i intervjuene og det kvalitative datamaterialet. På lignende vis ligger det en analytisk fortolkning til grunn når vi med basis i det empiriske datamaterialet ser ulike forhold i sammenheng og skriver at mange unge har en følelse av å bli fortrenget fra bygda og bygdefellesskapet. De bruker ikke selv ordet fortrenget, det er det vi som gjør. ”Er det plass til oss?” spør de. ”De (turistene) kommer hit og tror de eier bygda” sier de. ”Tenk på de som vil komme tilbake og etablere seg her...og vil bo her! Ikke glem oss!” sier de. På samme måte sier de selvsagt ikke selv at det gjør noe positivt med deres kollektive selvbilde å speile seg i de besøkendes blikk på den attraktive hjembygda. Det er vi som tolker det dit hen. ”Det er kult å være fra et sted som mange har hørt om og mange gjerne vil besøke”, sier de unge. ”De unge lokale har utrolig status i bakken på grunn av sine skiferdigheter”, sier de voksne.

Vi håper denne korte presentasjonen av vår tilnæringsmåte, metodene og de analytiske stegene kan fungere som en form for leserveiledning; at vi har redegjort for forskningsarbeidet på en måte som gir leseren noen briller å se stoffet med.

## 2 Bakteppe: om kommunene Hol og Hemsedal

I dette kapitlet presenterer vi kort fakta og statistikk om kommunene for å gi leseren et bakteppe for studien av turistdestinasjonene som også er oppvekststeder, bosteder, arbeidssteder og næringssteder. I tillegg til fakta om befolkning, sysselsetting og turisme, presenterer vi utdrag fra kommuneplanene som i vid forstand er relevante for oppvekstmiljø.

### 2.1 Fakta om befolkningssammensetning

#### 2.1.1 Hol kommune: befolkningssammensetning

Selv om vi i denne studien har et spesielt fokus på Geilo, er det statistikk tall for hele kommunen vi må ta utgangspunkt i for sammenligning.

Hol kommune har 4438 innbyggere (pr.1/1-2008), noe som er mer enn dobbelt så mange som Hemsedal. Det har vært en svak nedgang i folketallet de siste årene, og en negativ befolknings-tilvekst. Omtrent en femtedel (21 prosent) av befolkningen er under 17 år. Bygda har i alt 158 unge mellom 13 og 15 år, og 253 mellom 16 og 19 år. Samlet er dette 411 ungdommer, eller drøyt ni prosent av befolkningen, som er i alder for ungdomsskole og videregående ([www.ssb.no](http://www.ssb.no)).

Kommunen har i underkant av ti prosent innvandrere, og ligger nøyaktig på landsgjennomsnittet (9,7 prosent). Men den skiller seg fra landssnittet ved at det er de vestlige innvandrerne som er i flertall, om lag seks av de ti prosentene. Totalt utgjør innvandrene

432 personer. Både Hol og Hemsedal har en klart større befolkningsandel som er innvandrere enn de øvrige kommunene i regionen, og det er særlig vestlige innvandrere og spesielt svensker og dansker.

For øvrig er det sannsynligvis i begge kommunene mange midlertidige bosatte som jobber der uten å melde flytting.

### 2.1.2 Hemsedal kommune: befolknings sammensetning

I Hemsedal bor det nå 1968 personer (pr.1/1-2008). Det har vært en svak økning de siste ti årene. 25 prosent av befolkningen er under 17 år. Dette er litt over gjennomsnittet i fylket så vel som i landet som helhet. Bygda har 77 unge mellom 13 og 15 år, og 83 mellom 16 og 19 år. Samlet er det 160 ungdommer, eller om lag 8 prosent av befolkningen, som er i alder for ungdomsskole og videregående skole. I Hemsedal er altså andelen barn av den totale befolkningen litt høyere enn i Hol, mens det for ungdomskullene er en litt lavere andel enn hva Hol har.

Bygda har den høyeste andelen innvandrere med vestlig bakgrunn (nær 7 prosent) sammenlignet med fylket forøvrig og landet (der det er drøyt 2 prosent), og dette er nok et utslag av alle som kommer til bygda for å jobbe i reiselivsnæringen. Totalt er Hemsedal den kommunen i øvre Hallingdal som har høyest andel innvandrere, over elleve prosent. Totalt utgjør disse 225 personer. Men kommunen har en lavere andel ikke-vestlig innvandrere (vel 5 prosent), enn fylket for øvrig og landet som helhet.

## 2.2 Utdanning og sysselsetting

Unge i Hemsedal og Geilo vokser opp i bygder som byr på mange jobber sammenlignet med bygder av tilsvarende størrelse. Turist- og reiselivsnæringene, medberegnet underleverandører og jobber som genereres av disse, gir bygdefolket mange muligheter. Samtidig virker dette tiltrekkende på mange eksterne, og begge bygdene har mange tilflyttere som direkte eller indirekte jobber i disse næringene, sesongarbeidere og gjestearbeidere til byggebransjen.

Tabell 2.1 *Andelen av sysselsetting i turistrelaterte næringer pr. 1. januar 2008. Prosent*

	Hol	Hemsedal	Resten av Buskerud
Overnattingsvirksomhet	16,80	10,95	1,23
Serveringssteder	2,47	3,88	1,84
Turistkontor, reisebyrå, reisearrangørvirksomhet	0,97	2,71	0,15
Andre næringer	79,76	82,46	96,78

(Utarbeidet av Frants Gundersen, NIBR. BOF-registeret)

Som tabellen over viser er det en betydelig større andel i Ho og Hemsedal som er sysselsatt i overnattingsvirksomheter enn det er i resten av Buskerudkommunene. Også serveringssteder har en noe høyere andel.

Sysselsettingen er generelt (15-74 år) høyere i disse kommunene enn i fylket for øvrig og i landet som helhet. I Hemsedal er 79 prosent og i Hol er 76 prosent registrert i arbeidsstyrken, mot 71 prosent i fylket og 70 prosent i landet. Både for menn og kvinner er sysselsettingen større i disse kommunene enn ellers i fylket og landet. Det gir at registrerte arbeidsledige er mindre, og det samme gjelder for andel uførepensjonister (SSB: kommunedata 2006)

For ungdom på vei inn i yrkeslivet, i alderskategorien 16-24 år, er registrerte arbeidsledige i prosent av arbeidsstyrken i Hol kommune lav (0,6 prosent i 2007), mens den i Hemsedal er høyere (2,3 prosent i 2007). I perioden 2000-2007 ser det ut til at arbeidsledigheten blant ungdom er jevnt synkende i Hol, mens den i Hemsedal varierer en god del: fra 0,8 prosent i 2000, via høyeste 4,6 prosent i 2004, 3,5 prosent i 2006 og 2,3 prosent i 2007 (Helsedirektoratet: Kommunchelseprofiler)

Hemsedal er fremdeles en landbruksbygd; 11 prosent er registrert sysselsatte i primærnæringene (2,5 prosent i snitt i fylket). De siste årene er det etablert flere fellesfjøs der bøndene har gått sammen om bygninger og arbeid med kyra. Alt ledig areal for fôrdyrking er nå tatt i bruk, og flere leier nå jordbruksarealer i Lærdal til dette formålet.

Kommunene Hol og Hemsedal har tilgang på en god del arbeidsplasser innen turist- og reiselivsnæringene, eller i andre

næringer som har en del bedrifter som er underleverandører til denne næringen. Utdanningsnivået i disse kommunene ser imidlertid ikke ut til å være preget av dette; i likhet med andre bygde- og distriktskommuner er utdanningsnivået lavere enn landsgjennomsnittet. Forklaringen er for det første at de høyt utdannede i stor grad bor i storbyregioner der tilgangen på relevante arbeidsplasser er stor, og for det andre at turist- og reiselivsnæringen tilbyr jobber for yrkesfaglærte og ufaglærte, eller for folk som har bygget karriere med en kombinasjon av yrkeserfaring og utdanning, men i liten grad høyere utdanning.

Tabell 2.2 *Utdanningsnivå landet, fylket og kommunene. SSB 2007. Prosent*

Sted	Grunnskolenivå	Videregående	Universitet el. høyskole
Landet	30,9	43,1	25,9
Buskerud	33,0	44,4	22,7
Hol	32,1	49,6	18,3
Hemsedal	27,2	52,6	20,2

Som tabellen viser er andelen med høyere utdanning noe større i Hemsedal enn i Hol, men begge kommunene ligger under snittet for Buskerud fylke og landet som helhet. Men selv om utdanningsnivået i Hemsedal i snitt er noe lavere enn i fylket for øvrig, ligger det i det øvre sjikt i regionen. Det er særlig kvinnene som trekker opp, de ligger nesten på landsgjennomsnittet.

## 2.3 Fakta om turistdestinasjonene Geilo og Hemsedal

### 2.3.1 Fjellbygdene som ble turistmagneter

Både Geilo og Hemsedal har lange tradisjoner som turistdestinasjoner. Allerede på slutten av 1800-tallet kom de første turistene til Geilo for å erobre Hardangervidda og oppleve den spektakulære naturen. Ikke minst var Bergensbanen, som ble åpnet i 1909, en medvirkende årsak til den tidlige turismen i fjellbygda Geilo. De første hyttene kom også raskt på plass fra tidlig på 1900-tallet,



lenge før det ble vanlig med fritidsboliger for folk flest, og mange familier har hatt hytte i flere generasjoner på Geilo. Her ligger dessuten et av de mest tradisjonsrike hotellene i landet, Dr. Holms hotell. Hotellet står som et viktig symbol for turismen i området, og er i dag den største private turistbedriften i kommunen.

Hva er det som lokker turistene til Geilo i dag? I tillegg til to store alpinanlegg og flotte skiløyper innover fjellet, er Hallingskarvet og Hardangervidda fremdeles trekkplaster for turister både sommer og vinter. Geilo er utnevnt til nasjonalparklandsby og Hardangervidda er nasjonalpark ([www.geilo.no](http://www.geilo.no)). I sommerhalvåret tilbyr kommunen vandringer og sykling i fjellet, terrengsykling, rideturer, fiske og golf. De siste årene er også spa-pakker inkludert i tilbudet av ferieopplevelser. Geilo markedsføres også som et naturlig utgangspunkt for opplevelse av de vestlandske fjordene.

Hemsedal har også lange tradisjoner som turistdestinasjon, noe blant annet reiseskildringer fra engelske adelsfolk fra 1840-årene vitner om. De første turistene i Hemsedal kom gjerne med kjerre, karjol eller slede, og i 1920 startet "solskinnsbussen" med byfolk. Turistene fikk losji hos bøndene som leide ut stølsbuer. *"Det er like mykje om å gjera å få leigd ut stølsbue som å få kæl i kyre"* (Dokk m.fl. 2003). I tillegg ga de gamle skystasjonene på Bjøberg, Tuv og Ulsåk tilbud om overnatting også for turister. Tidligere var veien over Hemsedal en hovedfartsåre mellom øst og vest, men etter at Bergensbanen åpnet ble det merkbart færre turister som reiste over Hemsedalsfjellet. Mens Bergensbanen etter hvert spilte en sentral rolle for turismen på Geilo, med tilgjengelighet både fra Bergen og Oslo, ble Hemsedal mer avsides og utilgjengelig. I dag er forholdene annerledes. Hemsedal er for lengst satt på kartet som attraktivt turiststed, ikke minst takket være utfordrende alpinbakker og spektakulære fjellpartier.

Hva er det som gjør Hemsedal attraktivt for turistene i dag, og hva er det bygda tilbyr? Hemsedal er først og fremst kjent som et av Skandinavias ledende skisteder, og det er alpinbakkene som lokker de fleste turistene. Men bygda har også en rekke aktiviteter og opplevelser knyttet til sommerhalvåret, noe som særlig er satt i fokus de siste årene. I turistbrosjyren for 2008 lokkes det med: "Sommeren og høsten i Hemsedal byr på vakkert kulturlandskap og mektige fjell rundt en aktiv og levende bygd, et blomstrende

kulturliv og et vidt spekter av fjellsportsaktiviteter og utfluktsmuligheter for alle aldersgrupper og ferdighetsnivå.” ([www.hemsedal.com](http://www.hemsedal.com)). Det tilbys fjellvandring på 35 turstier (inkludert 20 toppturer), 14 merkede og graderte sykkelruter i tillegg til terrengsykling i slalombakkene, hundekjøring på hjul, golf, ridning, klatring, paragliding, stølsliv og lokal hallingkost, kano og kajakkpadling samt fiske. I tillegg til individuelle aktiviteter innen disse tilbudene organiseres det også aktiviteter gjennom turistkontoret gjennom hele sommeren.

### 2.3.2 Turistnæringen i de to kommunene

Både Hol og Hemsedal har stor kapasitet på overnattingstilbud og antall senger som leies ut. Oversikten nedenfor viser antall og type utleiesenger som tilbys, samt tall for omsetning og produksjonsverdi som er relatert til turistnæringen. I tillegg presenteres hvilken betydning turistnæringen har for sysselsettingen. Tallene er fra 2006 (SSB) og hentet fra Dybedal 2006-7 (TØI).

Tabell 2.3 *Nøkkeltall reiselivsnæringen Hol og Hemsedal*

	Hol kommune	Hemsedal kommune
Hotellsenger	2536	704
Andre utleiesenger	2255	5015
Fritidsboliger tilsammen:	5700	2350
- Utleiehytter	740	600
- Private hytter til leie	1000	1250
- Hytter anvendt av eier	3960	1500
Losji-omsetning	272 mill kroner	201 mill kroner
Produksjonsverdi knyttet til turisme	816 mill kroner	490 mill kroner
Antall sysselsatte i hotell- og restaurantsektoren	690 personer	300 personer *
Antall sysselsatte i reiselivsrelatert næring	800 personer	

\* I Hemsedal inkluderer dette også antall sysselsatte i reiselivsnæringen.

Oversikten viser at fritidsboligene utgjør en stor andel av overnattingstilbudet både i Hol og Hemsedal. I følge denne har Hol over dobbelt så mange overnattingsenger som Hemsedal. Sett i sammenheng med innbyggertallet i de to kommunene, viser tallene at Hemsedal har relativt sett en noe høyere andel overnattingstilbud enn Hol. Hemsedal avviker også fra statistikken med relativt lav hotellkapasitet, men med et desto større antall utleiesenger i hytter og leiligheter.

Det ble beregnet i alt drøyt 726 000 overnattinger i kommersielle overnattingsbedrifter i Hol i 2006, i Hemsedal er tilsvarende tall 622 000. Dette inkluderer utleie av ca 100 private leiligheter og hytter gjennom Hemsedal Booking. Turistene fordeler seg likt mellom norske og utenlandske turister (Dybedal 2007).

Oversikten viser også at den totale omsetningen knyttet til turistnæringen er omfattende. Omsetningen inkluderer servering, detaljhandel, transport, aktiviteter og opplevelser samt bruk av fritidsboliger. I Hemsedal sto skiheisomsetningen for ca 85 millioner kroner av de 490 millionene i sesongen 2005-2006. I Hol sto omsetningen i skiheisen for ca 49 millioner (Dybedal 2007).

Tallet på antall sysselsatte inkluderer ikke utenlandske sesongarbeidere, og kun i liten grad norske sesongarbeidere. Bygg- og anleggssektoren er ikke medregnet i disse tallene. Denne sektoren står for 12,5 prosent av arbeidsplassene i Hol kommune og 12,2 i Hemsedal, en stor del av dem sannsynligvis turismerelatert (Dybedal 2007). I Hemsedal ser vi at 300 personer er sysselsatt innen turistnæringen, av i alt 994 personer som hadde sitt arbeidssted i kommunen i 2005.

I tillegg kommer antallet sesongarbeidere utenfra. Det er i følge Dybedal vanskelig å finne eksakte tall for dette, bl.a. fordi en del sesongpreget sysselsetting ofte skjer innad i kommunen. I Hemsedal er antall sesongarbeidere imidlertid estimert til mellom 400 og 500. I Hol er det heller ikke gode holdepunkter når det gjelder antall sesongarbeidere, men 310 sysselsatte personer hadde ikke bopel i kommunen 8nov.2005), og i dette tallet kan det skjule seg utenlandsk arbeidskraft (Dybedal op.cit).

## 2.4 Oppvekstmiljø i kommuneplanene

Ett av formålene med denne studien er å gi kommunene grunnlag for å målrette helsefremmende og forebyggende arbeid for barn og unge i kommunen, herunder å kunne ivareta deres interesser i planarbeidet. Vi starter derfor med å gi et innblikk i hvordan hensyn til barn og unge og deres oppvekstmiljø er ivaretatt i planleggingen, slik det kommer til uttrykk i kommuneplanene for Hol og Hemsedal. (Utvelgelsen av sitater står for vår regning). Begge kommunene vil denne høsten (2008) arbeide med revidering av sine kommuneplaner. Forhåpentligvis vil innholdet i denne rapporten fungere som et underlagsmateriale til bruk i dette planarbeidet. Det empiriske materialet har for øvrig gitt grunnlag for at vi i slutten av rapporten påpeker viktigheten av å vurdere implikasjoner og konsekvenser for barn og ungdom også i arealplanlegging, boligplanlegging, natur- og miljøforvaltning, turistutvikling og stedsutvikling mer generelt.

### 2.4.1 Oppvekstmiljø i kommuneplanen for Hol kommune

Selv om vi i denne studien har et spesielt fokus på tettstedet Geilo, er det planen for kommunen (Hol) vi må ta utgangspunkt i.

”*Oppvekstmiljø, omsorg og helse*” er en av tre hovedsatsinger som ble vedtatt i Kommuneplanen. Et annet satsingsområde er ”*Levende bygde- og tettstedsmiljø*”, noe som også er viktig for unges livskvaliteter og oppvekstmiljø. Dette er områder kommunen har vedtatt skal prioriteres ved en svekket økonomisk situasjon. I planen heter det at ”Hol kommune skal være en god kommune å vokse opp i. For å få til dette er det viktig å ha et helhetssyn på forholdene for barn og ungdom. Oppvekstmiljøet for barn og unge er et ansvar for alle, foreldre, offentlige organer og frivillige organisasjoner. Utgangspunktet for utviklingen av gode oppvekstmiljø bør være at barne- og ungdomstiden har en verdi i seg selv. Kommunen vil utvikle miljøer der barn og unge får utfolde seg som barn og unge i sunne sammenhenger” (Hol kommune: Kommuneplan 2000-2012).

I presentasjonen av mål og innsatsområder innen tema *Oppvekstmiljø* heter det blant annet:

Kommunen vil prioritere et godt tilbud til ungdommen og ta vare på de som bor i bygdene. Det skal legges vekt på primærforebyggende arbeid og etablering av sosiale arenaer.

Hol kommune skal ha en grunnskole med høy standard for å sikre barns muligheter for en god framtid.

Som ledd i å opprettholde levende bygdemiljø og gi barna best mulig trygge oppvekstmiljø i Hol kommune, dersom det er elevgrunnlag, opprettholde nåværende skolekretser. Det skal stimuleres til samarbeid med næringslivet og gi innføring i lokal musikk og kultur gjennom en styrking av kulturskolen i kommunen.

Hol kommune vil arbeide for at forholdene legges til rette for at ungdom som går på videregående skole i regionen skal ha mulighet til å bo hjemme.

Helse for barn og unge skal prioriteres og det skal utvikles et samarbeid mellom etater som har med barn og unge å gjøre. Det vil være særlig viktig å utvikle samarbeidet mellom barnevernstjenesten og ungdomskubbene.

Det skal tas spesielt hensyn til barn og ungdom i planlegging og gjennomføring av fritids- og kulturtiltak. Kommunen vil også støtte økonomisk og legge til rette for at menighetene og de frivillige organisasjonene kan fortsette sitt arbeid for barn og ungdom. Det skal etterstribes stor grad av samarbeid mellom kommunale tjenester og frivillige aktører innenfor oppvekstmiljø.

I presentasjonen av tema *Omsorg og helse*, der oppvekstmiljøet også fremheves, er ett av innsatsområder dette:

Alle grupper skal sikres trygghet for liv og helse gjennom støtte til forebyggende og helsefremmende tiltak. Omsorgs- og helsetjenesten i kommunen skal være innrettet slik at den fremmer folkehelse, trivsel og gode sosiale og miljømessige forhold.

Forebyggende helse- og omsorgsarbeid skal prioriteres.

I Kommuneplanens *areal- og ressursforvaltning*, som blant annet omhandler prinsippene som skal vurderes og legges til grunn for turistutbyggingen i kommunen, er også barn og unge nevnt under punktet ”*Forholdet mellom lokalbefolkning og turister*”:

Ved etablering av tyngre turistanlegg skal konsekvensene for lokalsamfunnet vektlegges, slik at dette ikke mister sin identitet. Det er spesielt viktig å se på forhold mellom turistene og barn og unge.

## 2.4.2 Oppvekstmiljø i kommuneplanen for Hemsedal kommune

I Kommuneplanen for Hemsedal (1999-2011) er ”*Barn og unge sitt oppvekstmiljø*” ett av temaområdene i samfunnsutviklingsdelen. Der pekes det på at de med oppvekstforhold mener både det sosiale, kulturelle og fysiske, og at de viktigste faktorene i oppvekstmiljøet er familien, skolen/barnehagen og aktiv fritid i lag med andre. Kommunen har definert kjennetegnene ved et godt oppvekstmiljø slik (sitat):

- at det vert lagt til rette for sosial og kulturell utvikling
- at det er gode høve til leik, aktivitetar og samvær med andre
- at tilboda er tilpassa dei behov som barn og unge treng og eit trygt nærmiljø
- at skulen har ein sentral plass i barn og unge sin utvikling
- gode støtteapparat i dei tilfelle der barn og unge opplever omsorgssvikt, utrygge tilhøve, skilsmisse, nederlag heime og på skulen

En av forutsetningene for et godt oppvekstmiljø, er blant annet ”at det ved politiske vedtak vert teke omsyn til barn og unges sine interesser” og at en ”har ein godt utstyrt skule med eit godt fagleg miljø, og variert fritidstilbod”.

De langsiktige overordna målene som er vedtatt har blant annet disse punktene:

- Kommunen skal aktivt ta del i å forbygge at det oppstår skadar og dårleg tilpassing mellom barn og unge
- Fritidsaktivitetar skal tilpassast etter barn og unge sine behov og føresetnader

Unge oppvekstmiljø er også avhengig av bostedets kvaliteter. Kommuneplanen for Hemsedal har i samfunnsdelen et eget punkt om ”Gode grender/nærmiljø”, der følgende kjennetegn er listet opp:

- at det er trivsel og tryggleik blant innbyggjarane ved at det er lite flytting, med eit godt sosialt nettverk og som såleis kan virke som konfliktløysar
- at det er eit mangfald av kultur- og fritidstilbod
- at det er evne til å samarbeide om trivselsfremjande tiltak
- at innbyggjarane i det ”vesle” samfunnet har møteplassar, for eksempel kafè eller ”den gamle mjølkerampa” langs gangvegen

En av utfordringene for grendeutviklingen i kommunen er å ”leggja til rette for at unge ynskjer busetje seg i dei gode grendene”.

I den delen av kommuneplanen som omfatter kommunens virksomhet, er ett av temaene kulturarbeid i vid forstand og for alle innbyggerene. Møteplasser, mangfold og kvalitet er stikkord som fremheves. Det sies eksplisitt at et av kjennetegnene ved gode kulturtiltak er ”at ungar som har vakse opp i Hemsedal meiner dei har hatt ein god oppvekst og føler at dei høyrer til i bygda”.

Barn og unge nevnes spesielt i noen av utfordringene knyttet til kulturarbeidet ved at en skal arbeide med å:

- hindra skadeleg påverknad på oppveksttilhøva i kommunen
- prioritere barn og unge m.o.t. kommunale tenester og i form av hjelp og støtte til aktivitetar i andre sin regi
- leggje forholda til rette for formidling av natur- og kulturverdiar i nærområda til skule/barnehage/bustadområde

---

I *arealdelen* av kommuneplanen er det noen mål og strategier som berører oppvekstmiljø konkret og i vid forstand. For det første er det prinsipper for leke- og oppholdsmiljøer i nærmiljøet, samt for miljøsikring av arealer og anlegg for barn og unge. Dessuten prinsipper om trygge skoleveger og trygg tilgjengelighet til nærmiljøfunksjoner. For det andre er det prinsipper som berører forhold som ungdom i vår studie er opptatt av for bygda si: Ta vare på natur- og kulturlandskapet i Hemsedal; opprettholde bosettingen i grendene; prioritere sentrumsnære leiligheter på Tuv, Trøim og Ulsåk; og at store utbygginger innen turisme/reisliv blir lokalisert ved Hemsedal skisenter.



## 3 Stedsbilder av turistbygdene

### 3.1 Innledning

Et av hovedformålene med denne studien er å få kunnskap om hvordan unge opplever Geilo og Hemsedal som bosted og oppvekststed, og hvordan disse stedene formes av turistvirksomheten, slik de unge ser det. Deres stedsbilder er sammensatte: av kvaliteter og mangler, fordeler og ulemper, muligheter og begrensninger, fortid, nåtid og framtid.

Kunnskap om forhold ved turismen og reiselivet som direkte og indirekte har betydning for stedsidentitet og kvaliteter ved oppvekstmiljøet, skal gi grunnlag for lokale drøftinger om stedenes utvikling.

Geilo og Hemsedal som oppvekststeder må ses i lys av at de er turistdestinasjoner. Det betyr at effekter og implikasjoner av turismen, så vel positive som negative, setter sitt preg på hvordan barn og unge har det i sitt hverdagsliv her og hvordan de opplever hjembygda si. Deres stedsbilder farges også av hvordan stedet oppleves av de som kommer utenfra og hvordan det framstilles i ulike sammenhenger. Det interne selvbildet møter det eksterne omdømmet. I dette kapitlet presenterer vi derfor ulike bilder av bygda i lys av at det er turiststeder: fra lokal ungdom, unge sesongarbeiderne som midlertidig bor der, og turistbransjen. Men først innleder vi med å redegjøre for formingen av forestillinger og oppfatninger av steder, hvordan dette kontinuerlig finner sted og at slike prosesser befester eller endrer dominerende stedsbilder.

## 3.2 Hvordan formes stedsbilder?

Stedsbilder er forestillinger og oppfatninger om hvordan et sted er, med alle dets positive kvaliteter og muligheter, negative forhold og ulemper, og mangler. Samlet bidrar dette til å forme stedets identitet. Men folks opplevelse av ett og samme sted avhenger av hvem de er, deres bakgrunn og deres interesser og behov knyttet til bruken eller ulike funksjoner. Teoretisk betegnes gjerne stedsbilder som stedsrepresentasjoner; det er en framstilling eller beskrivelse av hvordan stedet er, preget av *hvem* som framstiller det på en gitt måte. Det er selektivt; ved at noen sider gjerne framheves, mens andre underkommuniseres. Noen beskrivelser kan også være dominerende i forhold til andre (Holloway & Hubbard 2001).

Stedsbilder formes dels av kjennskap til stedet, dels av kunnskap om faktiske forhold og dels av subjektive opplevelser og erfaringer. Men også rent faktiske forhold vil være gjenstand for fortolkninger (Vestby 2005). Når sesongavslutningen er gjennomført med brask og bram i Hemsedal den første helga i mai, senker roen seg. Fredelig og deilig, vil noen si. Kjedelig, vil andre si. Når det svinger som mest i romjula synes noen det er kjempekult, andre mener det passer bedre med merkelappen 'forferdelig'. Ungdom beskriver gjerne hjemstedet sitt med andre superlativer enn de eldre. Det kommer an på øynene som ser, hva den enkelte i vid forstand skal bruke stedet til og hva slags interesser en da har. Entreprenøren som bygger leilighetshotell for turister ser sannsynligvis annerledes på utnyttelsen av stedets fortrinn og kvaliteter enn styret i historielaget.

*Bygdefolk og besøkendes* stedsbilder formes både av fakta og forestillinger, slik preger de også stedets omdømme og image. Stedsbilder, stedsbruk og stedsinteresser er nært forbundet (Ekne Ruud, Bratbakk, Røe og Vestby 2007). Stedsbilder dreier seg både om oppfatninger av hvordan stedet er *i dag* og om hvordan det bør utvikles til *å bli*, samt hvilket potensial som finnes og hvilke forutsetninger som er nødvendige for å realisere potensialet.

Mange og ulike aktører er med på å forme oppfatningene, "tegne" stedsbildene. Noe av det aller viktigste er dannelsen av stedsbilder som foregår gjennom måten folk snakker seg imellom om bygda si på, samtaler og meningsutvekslinger om hva som foregår der, hva som er mangler, hvordan utviklingen bør være osv. Dette er

prosesser som kalles *sosial konstruksjon*; stedsbildene formes og omformes stadig gjennom sosial samhandling og utveksling av meninger om ulike forhold i bygda. Det samme skjer eksternt når for eksempel turister snakker seg i mellom eller forteller til venner og kjente hvordan det er på Geilo eller i Hemsedal. Feriefortellingene rommer samtidig fortellingen om bygda, på godt og vondt, alt avhengig av erfaringene og opplevelsene.

*Media* er også viktig for hvordan folk danner seg et bilde av bygda og lokalbefolkningen, inkludert begivenheter og hendelser som kan forbindes med bygdas fortrinn og mangler. Hva slags tema og type saker som lokalavisen Hallingdølen løfter fram, og hvordan de skrives om, er med på å forme lokalbefolkningens bilder av bygda si og av nabobygdene. Fører den kritiske journalistikken til at det er overvekt på problematiske og negative forhold? Er vinklingen de redaksjonelt velger positiv på visse tema og negativ på andre? Bidrar dette til at folk er stolte av bygda si? Folk snakker seg i mellom om stedet sitt og om hva som står i avisa, og slik blir oppfatninger bekreftet og befestet, eller endret. Siden også en del hytteeiere abonnerer på Hallingdølen, er lokalavisas valg av tema, saker og vinklinger medvirkende til de stedsbildene de får av bygdene i Hallingdal.

*Nasjonale medier* har også av og til innslag fra Geilo og Hemsedal, siden det er velkjente turistdestinasjoner der det skjer mye, der mange har hytter eller sine faste besøksmål. Skjer det spesielle ting, som den utagerende romjulsfestinga blant ungdom fra Oslo-området på besøk i Hemsedal, slås det opp og spres nasjonalt. Dette bidrar til at partybildet av denne lille bygda med alle serveringsstedene festner seg. I andre tilfelle brukes bygdene som case når nasjonale media skal beskrive hvordan ”den nye turismen” utvikler seg, som for eksempel byggingen av store og luksuriøse hytter i egne felt i utkanten av Geilo sentrum, eller muligheten til å kjøpe leilighet i hotellkomplekset på Dr. Holms.

*Turistnæringen* selv har som en av sine hovedformål å tegne attraktive bilder av stedet og få ulike type mennesker til å forestille seg alle mulighetene, attraksjonene, tilbudene og kvalitetene. Næringens stedsbilder er spesielle ved at de utelukkende er positive og myntet på å bygge opp om forestillingene om stedet som arena for ferie og fritidslivets avkobling, opplevelser og aktiviteter. I den grad lokalt hverdagsliv eller næringsliv inngår i bildene, er det som

kulisser som gir stedet en særegen identitet eller gir den besøkende tilbud og tjenester. Turistnæringens stedsbilder er med på både å forme stedenes image eksternt, men også lokalbefolkningens selvbilde knyttet til bygda si vil få ”næring” fra slike beskrivelser.

*Lokale eller eksterne utbyggere* er aktører som vil være alliansepartnere for turistnæringen, ettersom begge prosjekt er å kommunisere stedenes fortrinn som gode ferie- og besøkssteder.

*Kommunene* bidrar også til formingen av stedsbilder gjennom en lang rekke beskrivelser i plandokumenter, sakspapirer og offentlig informasjon som folk i bygda leser og tar stilling til. Hvordan framstilles bygda og lokalbefolkningen her? Hvordan framstilles mulige retninger for stedenes utvikling?

### 3.3 Ulike blikk på bygda: ulike bilder av bygda

*Turistbransjens stedsbilder* – eller framstillinger – formes altså for å selge bygdas positive kvaliteter og muligheter. Målgruppen er definitivt ikke bygdas ungdom, men de vokser opp på et sted som beskrives på bestemte måter overfor utenverdenen, og dette vil derfor bidra til å forme det imaget bygda har. Lokalbefolkningen vil ubevisst speile seg i utenforståendes blikk; i deres oppfatninger av bygda basert på egne opplevelser, avisskriverier, fortellinger fra andre som har vært der eller hørt noe om stedet. Det er svært mange og ulike byggesteiner i disse bildene, men en gjennomgang av sentrale turistbrosjyrer, nettpresentasjoner og annet informasjonsmateriale gir noen hoveddimensjoner.

Både på Geilo og i Hemsedal tegnes stedsbilder som søker å framheve mangfoldet langs aksene ”fred og ro” i den ene enden til ”aktiviteter, fart og spenning” i den andre enden. Men det er en viss forskjell, en forskjell som næringen selv er bevisst på: aktivitetsbildene fra Hemsedal er mer preget av ”fart” mens de på Geilo i større grad er preget av ”ro”. Hemsedal vil gjerne tiltrekke seg aktivitetshungre folk i alle aldre, men har lært av medieoppslagene for to-tre år siden om ”partyplassen” og prøver å tone ned denne delen av ”fortellingen om turistdestinasjonen”. De samme hendelsene bidro til at man på Geilo ble opptatt av *ikke* å få et partystempel og i større grad framstå som et familiested.

*For de lokale unge* består ”bilder av bygda” både av det som er deres bosted og oppvekstmiljø og som ikke nødvendigvis har så mye med turismen å gjøre, og de sidene som er spesielle fordi det er sterke turistdestinasjoner. Her vil vi presentere begge disse sidene ved hjembygda deres for å gjenspeile denne tosidigheten. For ungdom er skole, kultur- og fritidsliv de viktigste arenaene utenom familien. Unges psykososiale miljø formes blant annet av det sosiale livet på disse arenaene, det vil si at de er viktige møteplasser i hverdagslivet. Betydningen bidrar samtidig til å forme de unges oppfatninger om hjemstedets kvaliteter. Dette er forhold som er vesentlig for trivsel og tilhørighet og som derfor også er vesentlig i kommunenes langsiktige planlegging.

Hvilke stedsbilder er fremtredene og i hvilken grad bærer ungdommenes stedsbilder preg av turistbransjens presentasjoner? I spørsmålene både i gruppeintervjuene og i surveyen la vi vekt på å få fram hva ungdommene ville fortelle om bygda si til andre som ikke kjenner stedet. Siden stedsbilder både rommer dagens situasjon og vurdering av utviklingsretninger, har vi samlet dette. I hvilke retning ønsker ungdommen at bygda skal utvikle seg, og hva ser de som truende for bygdas framtid?

De unge hemsedølene og holingene vokser også opp med at mange ser på hjemstedet deres med positive øyne; de bor på et sted som ”blir valgt” av eldre ungdom og unge voksne på grunn av mulighetene naturen byr på, samtidig som det er mulig å jobbe der. Mange andre norske bygdekommuner blir i stor grad ”valgt bort”. De som på mer permanent basis slår seg ned på Geilo eller i Hemsedal, stifter familie og får barn i barnehagene, bidrar også til å bekrefte det positive ved disse stedene.

*Unge sesongarbeidere* bor midlertidig på Geilo og i Hemsedal. Felles for dem er at de har valgt disse bygdemiljøene fordi de kan tilby et arbeid og/eller et fritidsliv med muligheter for de ski- og naturinteresserte. For mange er dessuten et særdeles aktivt og livlig uteliv i skisesongen med på å gjøre disse bygdebyene attraktive. De unge sesongarbeidere som jobber i ulike deler av turistnæringen representerer en kombinasjon av det eksterne og det interne blikket på bygda, de kommer utenfra men har erfaring med å bo der. Derfor er det spesielt interessant også å inkludere deres bilder av disse stedene.

## 3.4 Stedsbildene av turistdestinasjonen Geilo

### 3.4.1 Geilo; turistbransjens stedsbilder

Geilo er en av Norges desidert eldste turistdestinasjoner, ”et klassisk vintersportssted” sentralt plassert langs Bergensbanen midt mellom Oslo og Bergen. Stedet har alltid hatt et image som de velståendes feriested, nå prøver de å flytte fokuset ved å sitere en beskrivelse i Fri Flyt 2006, i sin siste vinterbrosjyre: ”*En skidestinasjon hvor alt går på skinner, og hvor folk tilsynelatende har mer penger enn andre steder. Det skal du ikke bry deg om. Geilos rikmannsstempel er en liten overdrivelse. La meg heller stemple Geilo som norgesmester i prepping av løyper og bygging av halfpipe. La meg stemple Geilo som stedet med Norges beste skibarnehage. Geilo er cruising i toppklasse. Et luksuscruise*” (Geilo 2007/20008).

En sveip gjennom turistbrosjyrer og nettprofilering gir bilde av en turistdestinasjon med et stort utbud av de klassiske skisportmuligheter, Hardangervidda for fotturister og skiturer, fjellbyens tilbud, restauranter med god mat og avlappet stemning uten å risikere høy partysteming. Et pulserende sted med både hvilepuls og aktivitetsmuligheter for enhver smak.

Bildet turistnæringen tegner av Geilo er stedet for det gode liv, dels det gode familieliv og ”barnas paradys”. De fremholder at Geilo ble kåret som et av de beste skisteder for småbarnsfamilier i boken ”Skiguide til Norge”. Både Hardangervidda, med 220 km preparerte langrennsløyper, og Hallingskarvet er sentrale elementer for stillhet og naturoplevelser, samtidig som ”byen på fjellet” tilbyr shopping, spa, service og gode spisesteder ”med god service, kvalitet og hyggelig atmosfære”. Når rådmannen i Hol sier at ”du forventer ikke å bli slått ned på gata i Geilo”, så henspeler han til at stedet ikke har den samme festekulturen og partystempel som Hemsedal. Her kan du ifølge turistbrosjyrene ”slappe av med en bedre middag etter skituren. Nyte et glass rødvin sammen med familie og gode venner etter solnedgang” ([www.geilo.no](http://www.geilo.no)). Også her er det flere after-skimuligheter, men antallet skjenkesteder som er aktuelle for ungdom er langt færre enn i Hemsedal, egentlig bare to. Alt som tilbys der gjøres med en undertone av ordentlighet, men med mange muligheter; som for eksempel Skarverennet (med over 12 000 deltakere), isfestival, sledeturer, spark-VM, guidet tur

med truger, frokostski, kveldskjøring i måneskinn eller familie-paralellkjøring. Men fortellingen om tilbudene rommer også ”Norges råeste superpipe”, ”slopestyle- og boardercross-løyper, mange og varierte kickere i våre rails, bigjumps og oppdaterte snowparker”.

Aktive feriedager, med klassisk tilsnitt så vel som nye opplevelser leses fra sommerbeskrivelsen av Geilo på nettet: ”Geilo er bygget på kultur og tradisjoner. Besøk tradisjonelle kniv- og verktøy produsenter eller opplev slik Geilo var på 1600-tallet. For hele familien finnes morsomme aktiviteter som ridning, vandring, guidet safari, kiting på Hardangervidda, motorsport, brevandring, rafting og elvebrett, paintball, klatring og rappelling, fjellbading, golf og mye mer. Vandre-mulighetene er uendelige på høyfjellet og det tilbys guidet fjelltur med besøk av fjellstøler samt gode turforslag”.

Bygdekulturen og historien er en del av bildet, også i markedsføringen overfor turistene. Historiske tilbakeblikk, som befester bildet av det klassiske turiststedet, og presentasjon av lokale halling-ord og uttrykk er eksempler på dette.

### 3.4.2 Lokal ungdom om turiststedet Geilo

Ungdommens bilder av bygda er først og fremst naturperlen; den flotte naturen som i generasjoner har trukket til seg tilreisende og hyttefolk og ikke minst de muligheter den gir. I stor grad ligner dette på turistbrosjyrenes presentasjoner. Det er mange som er stolte av den fine naturen og fjellandskapet rundt Geilo: ”*Vi er stolte av naturen...Geilo er en fin plass!*”, sier en gutt på 17 år. De bor ikke på et anonymt bygdested, men ”*Et sted mange har hørt om!*”, og en av to er helt enige i ungdomssitatet ”*som turiststed er dette veldig kult fordi alle vet om det!*”. Dette er ”*et sted man kan være stolt av!*”, - over åtti prosent av de unge er enige i dette.

Mange fremhever miljømessige kvaliteter som frisk luft og rent og godt vann: ”*Utrolig rent og godt vann!*”, sier en av guttene, og mange med han. Ellers er det særlig skiløypene de forbinder med Geilo ”*Geilo er en plass for skiaktiviteter!*”. De mener da både slalombakkene og skianlegg for langrenn og skiskyting. Men ikke alle er like fornøyde, og ”*for korte alpinbakker!*” er et gjennom-

gangstema. Likevel er det 2/3 som er helt enig i at skianleggene er bra, og under ti prosent som er uenig.

I Hol kommune generelt og på Geilo spesielt har det de siste årene vært stor utbygging av hytter og kompakte leilighetskomplekser. I åssidene rundt Geilo sentrum er dette særlig synlig. Det preger det visuelle inntrykket av stedet, og ungdommene er svært opptatt av dette: *"For mye utbygging for rasket..har vært et hasteprojekt. Kikut: er jo så stygt!"* Et klart flertall av de unge herfra (om lag 2/3) er helt enige i påstandene om at *"for mange hytter i fjellet ødelegger naturen"*.

I disse utsagnene ligger det også et signal om at konsekvensene av utbyggingen ikke nødvendigvis er nøye gjennomtenkt. Den omfattende utbyggingen er med på å ødelegge den idyllen som alltid har vært Geilos kjennemerke og som også er den turistene egentlig ønsker å finne. *"Det er blitt litt ødelagt..den idyllen, den frie naturen"*. De spør seg hvordan det er for turistene: *"Det blir til slutt en by. Du reiser fra en by til en by, da blir det jo ikke noe forskjell."* Hyttebyggingen bidrar også til å gjøre det mindre trivelig. 89 prosent av ungdommene i Hol enige i utsagnet *"veldig mye hyttebygging, noe som gjør det utrivelig"* (hvorav 62 prosent 'helt enige').

I tillegg til reaksjoner på den omfattende hyttebyggingen de senere årene, er de også kritiske til hyttenes størrelse og standard. De ser at hyttene ikke lenger har "hyttestandard", men er utstyrt med fasiliteter, utstyr og løsninger som overgår de flestes hjem. *"Opplevelsen av å være på hytta: sånn ute i naturen, uten strøm.."* blir borte. Et paradoks som også trekkes fram er at hyttene skal se *"gammeldags ut med gress på taket som på setrene, men de ligger tett i tett som blokker i byen"*.

Svarene fra surveyen taler også sitt tydelige språk. 89 prosent av ungdommen fra Hol var enige i at *"For mange hytter i fjellet ødelegger naturen"* (hvorav 70 prosent 'helt enige'). Enda flere, 99 prosent, var også enige i at man *"Bør ta vare på det gamle og naturen her"* (hvorav 64 'helt enige').

I førstesideoppslaget "Uvettug hyttebygging ødelegg naturen" i Hallingdølen i april 2008 understrekes ungdommens bekymringer. To av bygdas jenter på 14 år mener hyttebyggingen er i ferd med å ødelegge bygda deres og de er bekymra for bygdas framtid. De sier "Stopp galskapen før det er for seint!". For å understreke alvoret har de skrevet brev til kommunen for å få svar på hva som skjer:



”Gjer kommunen egentleg noko for å ta vare på kulturen vår?”. De forteller også at de er i ferd med å miste stoltheten ved å bo på Geilo. Videre legger de ikke skjul på at de synes turistene får bestemme vel mye. ”Det er ikkje turistane som eig kommunen vår!” (Hallingdølen 2008). Et par dager etter oppslaget oppfordres politikerne i Hol kommune til å ta ballen i avisens leder. Redaktøren påpeker at det politiske miljøet først og fremst har vært opptatt av å tekkes utbyggere og utenbygds investorer. Høsten 2008 ble jentene invitert til å presentere synspunktene sine på en hyttekomferanse på Geilo for hyttekommuner i Buskerud, Oppland og Telemark og fikk mye oppmerksomhet.<sup>1</sup>

Det er ikke bare omfanget av hytter og slitasje på naturen som bekymrer. Ungdommene i undersøkelsen ser i dette en risiko for at bygdas genuine kvaliteter vil endres i fremtiden: *”Blir mer by enn bygd”, ”Jeg vil at Geilo skal være som det er. Det bør ikke bygges flere hytter”*. En av følgene av den store hytteutbyggingen, er at stedets identitet endres; fra å være bygd til å bli en slags by. Dette liker de dårlig; det er tydelig at for ”oss på fjellet” så er det bygdeidentiteten som er verdifull, og de ønsker ikke at det skal ligne mer og mer på en by. Tre av fire unge er enige i at *”Når byfolka kommer hit så blir det mer bymiljø.. Men vi som bor her på bygda vil jo ha bygdemiljø”* (hvorav 44 prosent ’helt enige’). De synes også det er et paradoks at turistene da kommer fra byen til ferie (som de sier jo bør være annerledes) i en by på fjellet.

### 3.4.3 Lokal ungdom om hverdagslivsstedet Geilo

Nesten alle de unge er enige i at utsagnet *”Utrolig fin bygd å vokse opp i”* passer som beskrivelse på hjembygda<sup>2</sup>. Det er også en utbredt oppfatning at det er et rolig og trygt miljø og mange deler synspunktet at voksne her er opptatt av barn og unges oppvekst. Generelt er unges stedsbilder farget av oppfatningen om hvorvidt hjemstedet er et sted der det skjer noe eller om det er en kjedelig

<sup>1</sup> På samme konferanse ble hovedfunn fra denne studien presentert for første gang. Det var langt på vei sammenfallende bilder ungdom tegnet i vår studie som det jentene presenterte på konferansen. Vi hadde ikke på forhånd truffet jentene eller intervjuet dem.

<sup>2</sup> En del av de som har svart kommer fra andre steder i Hol kommune enn Geilo. Selv om vi i surveyen ba dem tenke spesielt på Geilo, kan det være at de tenker på andre steder eller hele Hol kommune.

plass. Når et flertall av de unge fra Hol er uenig i utsagnet om at Geilo er stedet for ”Kjedelig liv”, tyder det på at det kjedelige ikke er et dominerende trekk ved stedsbildet.

### **Skolemiljø**

Skolen får generelt et godt skussmål av de unge vi intervjuet, som uten at vi hadde bragt det på bane fremhever at det er en god skole og et trygt miljø. Surveyen bekrefter at de fleste synes det er et trygt skolemiljø der man blir tatt godt vare på, men bildet er sammensatt ved at en femtedel er uenig i dette. Spørsmålet om inkludering og mobbing blir viktig når perspektivet er skolen som sosial møteplass og unges psykososiale miljø. Ungdomssitatet som sier at det er et ”godt skolemiljø/lite mobbing” deles av hele 80 prosent av de unge, men det er verdt å merke seg at 50 av disse 80 prosentene utgjøres av de som er ’litt enige’. Omtrent den samme svarfordelingen finner vi for utsagnet ”god skole og gode lærere”.

I Hol kommune går barna på egne barneskoler – på Geilo og tre grendeskoler - før de samles på Hol ungdomsskole på Geilo i 8.klasse. De kommer fra (2008-tall) skolen Dagali/Skurdalen med 27 elever, fra Holet med 65 elever, og fra Hovet med 45 elever. Fra barneskolen på Geilo er det 219 elever. Det sies at det ikke er uvanlig at de unge ungdommene fra grendeskolene gruer seg litt til å begynne på ungdomsskolen, til overgangen og til å møte ”byungdommen” fra Geilo. Skillelinjer basert på det rurale-urbane, og som får en del bygdeungdom til å føle seg litt underlegne (Vestby 2004), eksisterer altså også innad i denne bygdekommunen.

### **Kultur- og fritidsmiljø**

Kultur- og fritidsmiljøets muligheter og kvaliteter er noe som er av stor betydning for hvordan de unge opplever stedet de bor på. I Hol trekker ungdommen fram Geilo idrettslag og kulturskolen som gode tilbud som mange er med på og som derfor fungerer som sentrale møteplasser og viktige for det sosiale miljøet. I vinterhalvåret har for eksempel idrettslaget ukentlige familierenn med stor oppslutning, dvs. at dette er møteplasser på tvers av generasjonene. Fra voksne informanter får vi dessuten vite at idrettslaget nå har igangsett et prosjekt for å trekke til seg også de ungdommene som ikke er aktive, og det sies eksplisitt at ”vi må ta et større samfunnsansvar enn det vi tidligere har gjort”. Dette sosiale

engasjementet bør også ses i lys av verdiene av å inkludere alle, og bygge ned skillelinjer som måtte være i ungdomsgruppen.

Kulturskolen på Geilo har utmerket seg, og det er for eksempel stor deltakelse i det årlige arrangementet Ungdommens Kultur-mønstring. Over sytti prosent av de unge opplever at det er et rikt kulturliv på Geilo, men så mange som femti prosent av dem er i kategorien 'litt enig'. At det eksisterer tilbud for alle aldre og interesser er ikke alle enige i. Om lag halvparten av de unge er helt eller litt uenig i en slik påstand. Et tydelig flertall mener at det er lite å gjøre for ungdommer, og at en kunne trenge flere ungdomsarrangement innen kultursektoren. Disse videregående-elevene i 17-årsalderen sa det slik: *"Lite ting og gjør for ungdommer. Hadde vært fint med flere treningsorganisasjoner, som for eksempel karate", "Kunne trengt flere ungdomsarrangement innenfor kultursektoren"*.

Videregående-ungdommen møtes mye på Gol eller Ål siden det er der skolen deres ligger og det er flere tilbud. Noen fra Geilo bor på hybel der, andre pendler. Dette betyr samtidig at denne aldersgruppen tynnes ut på de hjemlige arenaene, og linken mellom ungdomsskoleelever og eldre ungdom blir dårligere. Rollenmodellene for de yngste ungdommene er altså mindre tilstede i lokalsamfunnet.

Hol kommune kan tilby en rekke organiserte aktiviteter for barn og ungdom i bygda. Geilo assosieres kanskje først og fremst med vintersport og idrettsaktiviteter. Kommunen kan vise til 11 idrettsklubber, som dekker både ski og allidrett, og mer spesialiserte grener som karate, dykking, kiting og klatring.

Av andre organisasjoner som har tilbud til unge på Geilo, er kristne foreninger som KFUK/KFUM. Mange tilbud finnes også innen musikk, og omfattes av flere kor, to musikklag og to korps. I tillegg har kommunen to ungdomslag, samt en rekke hobbyorganisasjoner og skytterlag som ungdom også nyter godt av.

Hol kommune har videre tre fritidsklubber for ungdom (lokalisert på Hovet, i Hol og på Geilo), i tillegg til en ungdomskafe på Geilo. Kommunen har den siste tiden også sett behov for tilbud til ungdom som ikke finner sin plass i eksisterende tilbud, og har planer om fem nærmiljøanlegg i hver bygd. Anleggene skal bestå av skateboardpark og sandvolleyeballbane, og er utformet i samarbeid med ungdom. Anlegget på Geilo er klart.

### 3.4.4 Lokal ungdom om sentrum av fjellbyen Geilo

Det er imidlertid også andre trekk ved bygda som ungdommene legger vekt på, og som handler både om hvordan bygda framstår for andre og hvordan det påvirker ungdommens hverdagsliv. De unge er svært opptatt av sentrum i Geilo: hvordan det ser ut, hvordan det er planlagt og organisert, og hvordan det fungerer. De bryr seg om hvordan det er der, og har følelser knyttet til at dette er sentrum av fjellbygda deres. I sine synspunkter har de nesten ikke noe positivt å si, og det er svært mye de ikke synes noe om når de gjelder sentrum. I diskusjonen var dette et punkt de ble svært engasjert i. De fremhevet særlig dårlige veier, transportsystemer, trafikkproblemer og parkeringsproblemer. *"Dårlig trafikksikkerhet under brua på Geilomo", "Dårlige veier", "For lite parkeringsplasser"*. De synes ikke det er noe pent i sentrumsområdet, snarere tvert imot; mange synes det både er stygt og kaotisk med tanke på helhetlig preg. *"Stygt, upraktisk og kaotisk sentrum!"*, sier en 17årig gutt. *"Det ser ut som de har tatt 100 hus i hånda og kasta terninger og så slengt dem ut på et lite område!"*, sier en av de andre guttene. De gir klart uttrykk for at nå må det skje noe, ikke bare prat og planlegging. Ungdommene bekrefter hverandres oppfatninger om at hjertet i bygda ikke er særlig vellykket, og sier det ikke er et sted de er stolte av å vise frem.<sup>3</sup>

Geiloungdommens stedsbilder har, som vi har sett, både positiv og negativ valør: naturen og de mulighetene som naturen gir har stor betydning, samtidig som de ikke liker måten sentrumsområdet utvikles på og den omfattende hyttebyggingen i nærheten av sentrum eller de store leilighetskompleksene. De er stolte av naturen og landskapet, men de er ikke stolte av sentrumsområdet, dvs. fjellbyen Geilo.

### 3.4.5 Sesongarbeideres bilder av Geilo

Hva er det som gjør Geilo attraktivt som sted for unge sesongarbeidere? Først og fremst er det gode penger å tjene i turistsesongen, spesielt i vinterhalvåret og i særlig grad knyttet til skianlegget og hotellene. Tilgangen på jobber er god i sesongen;

---

<sup>3</sup> Pr. i dag er det i ferd med å skje noe etter mye planlegging og arkitektkonkurranser. Ombyggingen av Geilo sentrum er startet

”*Man kan nästan alltid finna ett jobb*”, sier en svensk jente på 19 år. De mener det er bedre lønn i bakkene på Geilo enn i Hemsedal og Trysil. I tillegg er stedet vakkert, de framhever det åpne landskapet med flott natur. Det er også snøsikkert sammenlignet med flere andre steder.

Naturen er vesentlig for det bildet de tegner av Geilo: ”*Fantastiske muligheter for aktiviteter: Ski, langrenn, toppturer*”, sier en norsk gutt, 23 år. ”*Härligt att komma till en plats med vacker natur*”, mener en 21-årig svensk jente. Andre sesongarbeidere har de samme oppfatningene om naturen og mulighetene den gir: ”*Noen av de beste skimulighetene i Norden, langrenn, alpint, Hardangervidda*”; ”*Mange muligheter for friluftslivsinteressanter med fjell og ski, kort vei til fjord, mange sommeraktiviteter osv.*”; ”*Geilos natur är underbar*”. Mens sesongarbeidere i Hemsedal stort sett framholder skianlegget/bakkene, snakker de på Geilo både om bakkene og om viddene med tur- og langrennsmulighetene.

Besøkende sesongarbeidere mener det er viktig at Geilo betegnes som en *fjellandsby* og ikke som en bygd eller en by. En av dem, en 26-årig australier, uttrykker det slik: ”*Geilo er fortsatt en liten fjellby uten for mye store hoteller og turistgreier, har fortsatt norsk sjarm*”. De ser faren for at det kan bli for mange turister og for mye kommers her, sånn som man ser flere steder i USA. De påpeker dessuten at det er store utfordringer med sentrum av bygda, noe lokal bygdeungdom også var svært opptatt av. Sesongarbeiderne oppfatter Geilo som et lite og hyggelig sted, men veldig dyrt (særlig sett fra ikke-norske). De tror at når prisene er så høye, bidrar dette til at turister fra andre land vegrer seg for å komme og for eksempel overnatte på hotellene. ”*Litet, gemytligt og fint men dyrt!*”, sier en svensk jente på 23 år.

Folkene og miljøet på stedet har også mye å si for hvordan de oppfatter stedet. ”*Jag trivs väldigt bra på Geilo, trävliga människor och vacker natur*”, sier svensk jente, 21 år. En annen sier det slik: ”*Det är rikligt med snö, väldigt dyrt, men mysig. Trevligt och fullt ös. Kul helt enkelt*”.

Men mange fremholder et klart minus, nemlig at det er svært vanskelig å skaffe seg boliger på Geilo. ”*Svårt att hitta bostad, i alla fall för sesongarbetare*”, sier en svensk jente. Det er få arbeidsgivere som har tilrettelagt egne boliger for ansatte. (Unntak er hotellene som har personalboliger). ”*Dårlig tillrättläggning för sesongarbetare!*”. Dette er noe mange av dem er opptatt av. De fleste sesong-

arbeiderne bor i sokkeletasjer og kjellerleiligheter som leies gjennom arbeidsgiver. Leilighetene er ofte nedslitte og lite hyggelige, ”de er mørke”. I tillegg til at de betaler høye husleier. Som sted er Geilo vertskapssted for flerfoldige sesongarbeidere, men dette trekker nok en del ned nå det gjelder så vel attraktiviteten ved stedet som følelsen av å være betydningsfull for stedets turistvirksomhet.

Det er stor konkurranse om de få boligene som er tilgjengelig, der både sesongarbeidere og skoleungdom fra Norsk toppidretts gymnas (NTG) hver sesong skal ha bolig. Elevene fra NTG får boliger først, fordi de kommer tidlig på høsten, og har dermed lagt beslag på de beste.

Sammenfattet er sesongarbeidernes bilde av Geilo at det er et lite og hyggelig sted med gode jobbmuligheter og trivelige jobbmiljøer, en fantastisk natur for både ski, brett og langrenn på vidda, men med få andre muligheter for aktiviteter og tilbud utenom jobb. De savner andre aktivitetsmuligheter. Utelivet er heller ikke særlig godt sett fra deres ståsted, med bare to aktuelle steder. Lokalbefolkningen oppfatter de som avslappede og vennlige, selv om de i utgangspunktet kan være litt lukkede. Boligmarkedet er svært dyrt og dårlig for denne gruppen, og de ser det som noe som må gjøres noe med for at de skal få tak i folk. Generelt ses Geilo på som et dyrt sted, men mange av dem har også høyere lønninger enn i hjemlandet.

### 3.5 Stedsbildene av turistdestinasjonen Hemsedal

#### 3.5.1 Hemsedal: turistbransjens stedsbilder

Vi starter med turistbransjens egne stedsbilder, og disse er bevisst tegnet av Hemsedal Turisttrafikklag (HTTL)<sup>4</sup> som driver innovasjonsprosjektet ”Hemsedal 2010”. Målsettingen er å drive

---

<sup>4</sup> HTTL ble etablert i 1939, og består av ca 200 medlemmer fra overnattingsbedrifter, servering, handel, aktiviteter, transport, andre tjenesteytende næringer samt frittstående medlemmer. Styret består i dag av en representant fra handelsnæringen, skisenteret, kommunen og fra kommunen / grunneier.

merkevarebygging og å forene ulike aktører i bygda i prosessen. Deres overordnede visjon er formulert slik: *"Fjellbygda Hemsedal skal være Skandinavias mest attraktive reisemål for fjellsport og unike kulturopplevelser"* (www.hemsedal.com). Turistbildet framhever at det finnes 130 km maskin-preparerte løyper i dal- og skogsterreng, og 80 km merkede høyfjellsløyper. Mest profilert er imidlertid de mange slalombakkene og brettmulighetene.

Men i likhet med mange andre stedsutviklingsprosjekter, som ikke i samme grad er turistdestinasjoner, har de funnet at natur- og miljøkvaliteter alene ikke er nok for å tiltrekke seg folk, det være seg turister eller innbyggere. Markedsføringen tegner nå stedsbilder der kultur og attraktive opplevelser og aktiviteter er viktige ingredienser: *"Den moderne turist er en opplevelsessamler og eventyrer som er opptatt av natur, aktiv livsstil, kultur..."*, skriver de i en omtale i et turistmagasin for Hemsedal Skisenter 2006. *"Våre gjester er oppdagelsesreisende med en aktiv livsstil, som i Hemsedal får en så god ferieopplevelse at de skryter av det de har opplevd, og gleder seg til å komme tilbake for nye eventyr"*. Slik presenterer turistsjefen næringens "visjon" (Eidhamar 2006). I mange turistrelaterte publikasjoner kommer dette stedsbildet frem. De sier selv at de er i tråd med rådende trender, og det er de. Da Hemsedal f.eks. arrangerte avslutningsfestival 1.mai-helgen 2006 (hvert år er avslutningen av skisesongen definert og markert rundt 1.mai), var det tredagers fest som i tillegg til snowboardkonkurranser og snøscootertevlinger, bød på diverse pop/rock/rap-konserter.

Alle de ulike aktivitetene og den konkrete utviklingen og utbyggingen i reiselivet, er samtidig rammer for barns og unges oppvekst. Dette er ei bygd det skjer noe i, og mye av det som skjer har et attraktivt, trendy og moderne fortegn. Aktivitetsprofilen er svært sterk, dette er ikke arenaen for "slow life"...her er fantastiske skibakker og anlegg for slalomkjørere, telemarkskjørere, snowboardere og jibbere, egen tilrettelagt barnepark i skisenteret etc.

I den grad historie og tradisjoner er trukket inn i stedsbildene som spres av reiselivsnæringen, synes det mer å være som et bakteppe som gir en slags genuin coloritt. Unntaket er tradisjonsmat, som har gjenoppstått i nye former og som finner nye anvendelsesområder rettet mot gourmetlystne besøkende. Også dette er en klar trend i tiden.

Den som er på jakt etter opprinnelig bygdekultur må lete godt. Som besøkende intervjuere og betraktere får vi en følelse av nærmest å være bakstreverske når vi spør etter bygdekulturen, enten det er i form av språk/dialekt, folkemusikk, dans, sang, håndverk eller det er omgangsformer og normer. Heller ikke i turistnæringens profilering er tradisjonell bygdekultur særlig fremme, det lille som er overskygges av det motsatte. Her arrangeres det engelskspråklige events og muligheter over en lav sko: "Open park Attack", årets "slopestyle event", her er "heftig back country terreng" og "racing camps" for barn på besøk fra andre alpinklubber, "Burton Glory Daze" arrangeres for barn og unge, og "Burton Spring Sesjon" for stjernegalleriet av kjørere, "djuice Wall of Flame" er MMS-konkurransen om snapshotbilder. Ansatte i Hemsedal park betegnes forøvrig som "crew".

Men i sommerbildene har det tradisjonelle litt mer plass; der markedsføres Hemsedal som et gammelt sted der man ønsker å ta vare på kulturen, som for eksempel stølslivet. Samtidig blir det nå lagt opp til mer og mer sommeraktiviteter for å tiltrekke seg flere turister og hyttefolk også i denne årstiden. Siste nytt er terrengsykling, i tillegg til topp-turer, padling, riding, klatring, fiske med mer. De som jobber med turisme i Hemsedal er redd for at bygda skal stagnere i konkurranse med andre steder, og er derfor opptatt av å tenke nytt.

### 3.5.2 Lokal ungdom om turiststedet Hemsedal

Også i Hemsedal trekker ungdommen fram den flotte naturen som omkranser bygda. Fjellene blir brattere og villere etter hvert som en nærmer seg Hemsedal sørfra, noe som innbyr til utfordrende aktiviteter både for skientusiaster og fjellklatrere. *"De kommer til Hemsedal fordi det er masse snø og fjell."* Først og fremst er det imidlertid alpinanlegget som er bygdas "varemerke" nr. 1. *"Turistene kommer hit pga. skiheisen!!!"* Ungdommene er heller ikke i tvil om at bygda er kjent for folk flest, også utover landegrensene. *"Som turiststed er dette veldig kult fordi alle vet om det"*, dette utsagnet er 87 prosent av unge der enige i (hvorav 50 prosent 'helt enige'). Når det gjelder skianlegget, er 94 prosent helt enig i at dette er bra!

Bygda har imidlertid også et annet image enn natur, fjell og flotte skimuligheter og utfordringer for brettkjørere. Stedet assosieres med festing og med høy "partyfaktor", noe som blant annet



turistnæringen har brukt i sine kampanjer for å lokke til seg unge folk. Særlig er "after-ski-kulturen" og utelivet i skisesongen i Hemsedal godt kjent blant unge turister. Nesten to tredeler av de lokale unge sier seg enige i at "*dette er en partyplass*" (men bare 25 prosent er 'helt enige i dette'). Videre er det ikke flere enn en fjerdedel som sier seg helt enig i at det er "*For mye drikking, vold og bråk i vintersesongen*", og halvparten sier seg litt enig i dette. Svarene viser at ungdommen i bygda er delvis enige at Hemsedal er et partysted på godt og vondt. De sier imidlertid at de ønsker seg mer fokus på det positive som bygda har å tilby. De fremhever selv at det er viktig å få flere til å flytte hit.

Sammenlignet med Geilo er utbygging av hytter og leilighetskomplekser lite framme hos Hemsedlas ungdommen

### 3.5.3 Lokal ungdom om sentrum i fjellbygda Hemsedal

I Hemsedal er trafikken gjennom bygda et stort problem, noe ungdommen er opptatt av og som de ønsker at det snart gjøres noe med. Hovedveien over til Lærdal og Vestlandet går rett gjennom sentrum, dvs. at den utgjør selve hovedgata i sentrum. Særlig er det den store ulykkesrisikoen som oppstår med mengden av berusede tilreisende ungdom i vintersesongen og store trailere som skal passere. De synes det er et under at det ikke har skjedd alvorlige ulykker.

Et annet trekk ved sentrum av Hemsedal som ungdommen trekker fram er de mange utestedene som bygda er kjent for. De ønsker å få flere utesteder ut av sentrumsområdet. Dels er det slik nå, ved at flere av serveringsstedene ligger oppe i heisområdet. De ser det uheldige ved berusede turistungdom som er på afterski rundt i sentrum og som preger hele sentrumsbildet, mens lokalbefolkningen lever sitt hverdagsliv. "*Turistene lager for mye bråk*", sier de. For bygdeungdommen kan dette både bidra til å skape utrygghet og til at de føler seg "utestengt" fra sitt eget nærmiljø. Utrygghet oppleves imidlertid ikke som noe stort problem på kveldstid i helgene: kun 11 prosent er helt enig i og 27 prosent er litt enig i at det "*ikke er trygt å gå gjennom sentrum på en fredags- eller lørdagskveld*". Dette relativt lave antallet kan sees i sammenheng med at mange av ungdomsskoleelevene ikke får oppholde seg i sentrum på kveldene i den mest hektiske turistsesongen. Problemet med de mange utestedene er satt på dagsorden både blant foreldre og

skolen. ”Vi er opptatt av at det må gå an for en 11-åring å kjøpe godteri i sentrum alene”, sier en av de voksne.

### 3.5.4 Lokal ungdom om hverdagslivsstedet Hemsedal

På samme måte som for Geilo er de unge fra Hemsedal i stor grad samstemmige i at dette er en ”utrolig fin bygd å vokse opp i”. Forståelsen av at dette er et sted der de voksne er opptatt av oppvekstmiljøet for barn og unge er enda mer utbredt her enn på Geilo. De unges fortellinger om hverdagslivet i hjembygda, slik det blant annet kom til uttrykk i fokusgruppeinterjuene, tegnet et stedsbilde av et lokalsamfunn med omsorg for barn og ungdom. Det kan beskrives som at de følte seg kollektivt ivaretatt.

#### Skolemiljø

Vår survey viser at de aller fleste opplever at det i Hemsedal er et trygt skolemiljø og ”man blir tatt godt vare på” i skolen; 94 prosent enige i (hvorav 67 prosent ’helt enige’). Bare to personer har sagt seg uenig. Det er dessuten et tydelig flertall blant de unge som mener at Hemsedal har ”et godt skolemiljø/lite mobbing”; 97 prosent er enige (hvorav hele 61 prosent er ’helt enige’). Andelen som sier seg helt enig er for øvrig dobbelt så stor som den er på Geilo.

Hemsedal har såkalte oppvekstsentre, ett på Ulsåk og ett på Tuv, der det er barnehage, småskole (1.-4.klasse) og SFO. Fra femte klasse går de på Hemsedal barne- og ungdomsskole. Dette betyr at overgangen til den større skolen ikke skjer ved overgangen til ungdomsskolen. Flere av de vi intervjuet var opptatt av hvor viktig det var at disse små grendeskolene ble opprettholdt, og fortalte særlig om tryggheten. Elevene på videregående ser dette som kvalitativt viktig for bygda; det representerer trygge rammer, både for de minste barna og ved at en senere blander de store barna og ungdommene. Ingen sa noe om at overgangen var problematisk.

Elevene fra videregående framhever at det er en god barne- og ungdomsskole i Hemsedal, og forteller at de voksne har jobbet for å få til et bra sosialt miljø. De refererer til konkrete episoder eller miljøer, som lærerne har grepet tidlig tak i.

Små bygder, som bare har én klasse på hvert klassetrinn slik Hemsedal har, er imidlertid sårbare med hensyn til svingninger i det psykososiale miljøet fra år til år. Det skal mindre til før en eller

noen få med de "rette" egenskapene kan dra med seg andre ungdom og skape splid og fraksjoner som fungerer ekskluderende. Eller de kan dra andre med seg i negative adferdsformer. Voksne informanter forteller at dette har de opplevd i Hemsedal, med relativt store konsekvenser. Det kan være en av grunnene til at skolen later til å være spesielt på vakt overfor slike tendenser og forsøker å gripe tidlig inn.

### **Kultur- og fritidsmiljøet**

Generelt er det vårt inntrykk at det er mange aktiviteter og tilbud tatt i betraktning den lille bygda. "*Masse bra aktiviteter*", sier en jente på 15 år, mens en annen bekrefter dette: "*Fine/ bra muligheter til å drive med aktiviteter sommer/vinter*". Spørreundersøkelsen viser at 82 prosent mener at bygda har et rikt kulturliv (men bare 23 prosent av disse er "helt enige"). Ungdomssitatet om at det her er "*Tilbud som er for alle aldre og alles interesser*" deles helt av 22 prosent og delvis av 48 prosent.

Det finnes altså en del som savner aktiviteter og møteplasser innen kultur- og fritidssektoren: "*Ikke mye mulige og spennende aktiviteter på sommerene som vinteren*", skriver en jente, mens en av guttene skriver at det er "*lite å gjøre om sommeren!*". Sitatet "*Lite ting å gjøre for ungdommer*" slutter om lag to tredeler av de unge opp om. Enda flere er enige i at det "*kunne trengt flere ungdomsarrangement innenfor kultursektoren*". Noen ønsker seg dessuten uformelle møteplasser av en annen art: "*Skulle vært for eksempel kultur/ musikk-café her*", sier en jente.

I Hemsedal finner vi sju lag som er spesielt for barn og unge innen sang og musikk, speider og 4H. Videre er det registrert ti friluft- og idrettsforeninger. Innen idrett dekkes all-idrett, alpin, fotball, langrenn, O-gruppe, trim og volleyball. I tillegg finnes tilbud om karate, samt jakt og skyting.

Siden ungdomskullene er mindre kjenner alle hverandre. Hovedinntrykket fra intervjuene i 10.klassen er at det i denne bygda er noen aktiviteter som alle er med på, og disse er møtearenaer på fritida. Særlig fortelles det om barnegospelkoret (7-12år) og den private, kristne ungdomsklubben på Ulsåk, der det foregår en lang rekke aktiviteter både innendørs og utendørs. Den er et tilbud for alle fra 8.klasse og oppover på lørdagskveldene. Den kommunale ungdomsklubben i Hemsedal er et tilbud for alle fra og med 8.

klasse opp til 19 år, og er åpen hver fredag kveld. I tillegg holder klubben åpen hver onsdag for alle fra 7 til 10. klasse, etter skoletid fram til kl 17. Den kristne ungdomsklubben og den kommunale har omtrent like mange besøkende hver uke, men en større andel av de unge på ungdomstrinnet er på den kommunale som ligger rett i nærheten av sentrumsområdet.

### 3.5.5 Sesongarbeideres bilder av Hemsedal

Hemsedal har en god del innflyttere som på mer og mindre permanent basis har slått seg ned der. Det er norske, svenske og danske folk som har det til felles at de ble lokket av skimulighetene og friluftslivet bygda tilbyr. Noen begynner som sesongarbeidere og ender opp som innflyttere. En av dem er den unge allmenlegen som forteller at hun i 2003 ”kom til Hemsedal på grunn av suget etter fjellet, en genuin kjærlighet til naturen og muligheten til å jobbe som allmenlege kombinert med akuttmedisin. Faglig er det akuttmedisin som lokker, tempoet og å være ute i terrenget, gjerne på ski på skadeplassen”(Hemsedal Skisenter 2006). Hennes beskrivelser av bygda, som distribueres trykt i en turistpublikasjon, og sikkert hennes fortellinger til venner og kjente, tegner tydelige bilder av bygda og ikke minst av hva slags folk som finner veien hit: Hun forteller at hun tidlig kom inn i et miljø som er preget av ”opplevelsesshungrige og lekne folk som ønsker å teste grenser sammen med andre. Ikke for å konkurrere, men for å dele et fellesskap og en felles ”passion””. (op.cit). Det er de samme folk du finner i Hemsedal, de beskrives som folk som søker ekstreme aktivitetsopplevelser i flott natur.

Sesongarbeidere vi har intervjuer bekrefter dette. De har ikke tilhold i bygda på permanent basis, men tiltrekkes av de samme mulighetene. Suget etter fjellet trekker unge til arbeid i Hemsedal. Den flotte naturen og de fine skimulighetene er de viktigste ingrediensene i deres bilder av bygda. De bruker slike betegnelser for å beskrive Hemsedals særtrekk: ”*Det är otroligt vacker natur*”; ”*Underbar åkning*”; ”*Naturskjønt, stort mangfold av fjellaktiviteter*”; ”*Fantastisk og storslået natur*”; ”*Hemsedal er vacker!*”.

Mange av sesongarbeiderene kommer til Hemsedal litt tilfeldig, mange hadde ikke hørt om stedet på forhånd. Informantene mener Hemsedal er best i Norden. De sammenligner med andre skidestinasjoner. På Beitostølen er det for smått, og det skjer ikke

noe, sier de. På Geilo er det færre tilbud, der har de bare bakken, og de er enige i at bakkene der ikke er noe bra. Dessuten er det bare to utesteder der som er aktuelle for ungdom, og det er for dårlig. Man blir heller ikke kjent med folk på Geilo, mener de. Det er for mye biler, for store hytter og for mange hyttefolk. I Hemsedal er det mer sosialt, vennlig og åpent. *”Man føler seg mer hjemme når man kommer hit. Livet er enklere, man ser det når man kommer hit”*, forteller en dansk jente. En svensk jente sier det slik: *”Vi lever ett härligt liv utan stress här uppé”*.

Det lille samfunnet og det enkle livet oppleves altså som et fortrinn, en kvalitet. *”Det er mange livsnytere her opppe. Mange velger å bo her i 20 år, hva er bedre enn dette? Man trenger ikke all verden annet bare man klarer seg”*. Men det enkle livet som tilbys er bransjelivet, og ikke bygdelivet: *”det er tre ting man gjør her: skí, fest, og ellers være hjemme.”* Det er mange bransjetreff og fester for og blant sesongarbeiderne, *”Verdens beste partysted”*, sier en jente på 28 år fra Danmark, mens en svensk gutt sier at her er det *”Fest 7 dagar i veckan”*. Sesongarbeiderne ønsker at Hemsedal skal være en liten *”Alpeby”*, med hygge og idyll, ikke bare et partysted. Enkelte av dem påpeker at party ikke er noe negativt i seg selv.

Ungdommene føler seg som en del av bygda når det blir snakk om medias bilder av stedet. Da er de en del av bygdefolket, og deler oppfatningen om at medias behandling av Hemsedal var overdrevet, at bildet var mye mediaskapt. Det var ikke verre for et par år siden enn årene forut for det, sier de. Likevel mener de at det er bra at det blir satt fokus på, for å snu en negativ trend. For mange ungdom som kommer til Hemsedal, blir bygda et fristed der de tror de kan gjøre som de vil. Det har blitt bedre med hensyn til bråk og fyll. Ungdommene mener likevel at kriminaliteten vil øke som en naturlig del av utviklingen. Det har vært oppdaget innbrudd der folk fra østeuropa har vært involvert (folk på gjennomreise).

Sammenfattet tegner de altså et bilde av denne bygda som et naturskjønt og vakkert sted, med fantastiske skiligheter, som tilbyr et enkelt og ukomplisert liv for livsnytere på et lite og oversiktlig sted med mye partyer og mange utesteder. Dette er vintersesongen. De som har erfaring fra sommersesongen beskriver et helt annerledes og stille sted. Men uansett ser de på bygda som et trygt sted, med vennlige og åpne mennesker. Kanskje

er de litt trauste, men det synes sesongarbeiderne bare understreker ”fjellandsbyen”, det alpeaktige, som de av og til sammenligner med. Alle deler oppfatningen om at det er vanskelig å få et brukbart sted å bo, på tross av at det er et lite sted. Mange bor til dels svært kummerlig.

En jente på 28 år fra Danmark, som har vært flere sesonger i bygda, avslutter slik: ”Når jeg kommer hjem til Hemsedal og ser Hydnefossen, faller min puls og sjel til ro”.

### 3.6 Foredles eller forringes det eksterne omdømmet av den store turismen?

Ungdom som bor i populære turistdestinasjoner kan speile seg i attraksjonsverdien omverdenen forbinder disse stedene med. På et eller annet vis vil det prege det kollektive selvbildet av ”vi her”. Deres stedsidentifikasjon er altså ikke bare knyttet til hverdagsstedets attributter, men til turiststedets fortrinn, kvaliteter og særpreg.

Både hemsedøler og holinger/geilinger er stolte av bygda si! Det skinner klart igjennom i intervjuene og gruppesamtalene, og det bekreftes i spørreundersøkelsen. Et overveldende flertall sier seg enig i utsagnet ”Et sted man kan være stolt av?”. De bor på steder som veldig mange rundt i Norge vet hvor er og har dannet seg et inntrykk av. De flotte naturområdene og det svært store tilbudet av aktiviteter, opplevelsesmuligheter og tjenester utgjør hovedelementet i disse bygdenes omdømme og image. Men stedsbildene slik de eksisterer eksternt, har også noen ”riper i lakken”. Nettopp attraktiviteten bidrar til noen negative og utilsiktede konsekvenser; siden stedene er så attraktive er de tiltrekkende på turister som har en adferd og en attitude som ”besudler” de svært positive stedsbildene.

Et positivt omdømme og image er krevende å bygge opp og er en tidkrevende prosess fordi grunnlaget må være forankret i realiteter. Omdømme og image som fenomen er dessuten noe en bare delvis kan aktivt konstruere, ettersom en stor del av konstruksjonsprosessen foregår gjennom måten folk snakker seg imellom om stedet på, måten avisene skriver om det på, hva slags tilfeldige hendelser eller begivenheter som finner sted etc. Dette betyr at

mye ligger utenfor de bevisste stedbyggingsaktørenes kontroll, det være seg den lokale reiselivsnæringen eller kommunen. Dessuten kan aktører eller hendelser som egentlig ikke er forankret i lokalsamfunnet agere på måter som bidrar til at negative ”rykter” og forestillinger om stedet sprer seg, fortjent eller ufortjent. Nedenfor gjengis et par eksempler.

*Geilo* har fra gammelt av hatt et omdømme som et turiststed for de rike og velstående. For noen måneder siden, sto det i nasjonale aviser noen helsides annonser for et hytteprosjekt i Telemark; en nybygd ”landsby” der det uformelle, det enkle og usnobbete ferielivet kunne leves i et nabolag med senkede skuldre og manglende sigarføring. Skriften var ”værbit” og furuleggene omga termosen og matpakka; stereotopien av det usnobbete og avlappede ferielivet tuftet på tradisjonelle norske verdier. For riktig å understreke dette poenget hadde de som en motsats noen talende symboler med overskriften ”Geilo”: i en av annonsene en lebestift i gullhylster, i en annen mannlige lakksko (altså smoking). Ikke noe annen tekst, bare ”Geilo”.

*Hemsedal* opplevde for et par-tre år siden en medie-oppmerksomhet i romjula som var langt større enn hva de tidligere hadde vært utsatt for, og som de godt kunne vært foruten. Det mener både de unge og de voksne. Også tidligere hadde det vært reportasjer som beskrev hvorfor Hemsedal var så tiltrekkende på ungdom som kom for både å stå på ski/brett og feste, og på at denne lille bygda hadde så mange serveringssteder med så ”høyt trøkk”. Men denne romjula hadde festinga nådd nye høyder, og nasjonale aviser som *Aftenposten* og lokale som *Asker og Bærum Budstikke* kastet seg over ”begivenheten” og fenomenet. Selv om det var den tilreisende ”vestkantungdommen” fra Oslo-området (Oslo vest, Asker og Bærum) som sto for den utagerende festingen, bråket, sjikaneringen og ødeleggelsene, er det neppe en overdrivelse å si at det bidro negativt til Hemsedals omdømme og befestet forestillingen om bygda som ”*Fjell-Ibiza*”, som en fra bygda uttrykte det.<sup>5</sup> ”*Har fått et stempel som ikke stemmer. Dette blir fort spredt videre; Norges svar på Ibiza*” sier de lokale, og er tvilende til om dette er

---

<sup>5</sup> For den som ikke vet det har øya Ibiza i Middelhavet i mange år hatt en stor tiltrekning på festsugne unge fra hele Europa, blant annet fordi de har kunnet skilte med mengder av løsslupne unge i overstadig festrus der hemninger er parkert og der alkoholen flyter på skumparties og andre kule arrangementer

særlig bra for bygda: ”*vet ikke hvor positivt det er for befolknings-tilflytningen..*”

De lokale unge innrømmer at bildet ikke er helt grepet ut av tomme lufta: ”*dette er og blir en ungdomsplass da!*”. Bygdas image er i følge disse ungdommene at det er ”*en attraksjon som utested*”. Sjøl er de i begynnelsen og midten av tjuer-åra, og burde vite hva de snakker om. Fremstillingen av turistungdommens festing ga Hemsedal et ufordelaktig bilde. De lokale unge er enige om at slike ting ”*er litt blåst opp*” i media, også riksmidia. ”*Hvis de hadde greid å skille mer mellom lokalbefolkning og turister så hadde det vært bra!*”. De føler at de blir stempla litt, at det ikke er riktig bilde av bygda og de unge der, siden dette er turister og ikke alle turister heller.

Selv om de lokale unge sier at begivenhetene ble blåst veldig opp ved at det var de værste bildene de tok frem og formidlet, mener de på den annen side at det var greit å få satt et fokus på denne siden ved turismen slik at en kunne ta tak i det. ”*De har vært voldsomt naive i turistnæringen oppi her*”, sier de, og mener at profileringen i stor grad ga beskjedne ”*ta med gjengen og kom!*”.

De unge er opptatt av hjembygdas omdømme og image, det betyr også noe for deres eget selvbilde som hemsedøler, holinger eller geilinger. Synes de imaget stemmer med virkeligheten, eller er det overdrevent negativt eller feilaktig? Vi inkluderte en av de unge hemsedølenes utsagn i spørreundersøkelsen: ”*har fått negativ medieoppmerksomhet og et stempel som ikke stemmer*”. Ser vi begge kommunene under ett så er dette et av de få spørsmålene der svarene fordeler seg ganske jevnt utover fra helt enig til helt uenig. Dette er det altså delte meninger om, men en hoping ”*på midten*”, dvs. litt enig/litt uenig. Men ser vi nærmere på svarfordelingen viser det seg at dette helt klart er noe hemsedølene opplever i mye sterkere grad enn holinegene/geilingene!

For begge stedene er det imidlertid viktig å påpeke at disse omdømmene i stor grad er basert forestillinger om egenskaper og adferd hos *gjestene* og ikke vertskapet. Det er turistene og ikke lokalbefolkningen dette dreier seg om. Men lokalbefolkningen bygger stedet, bygger det ut som turiststed og legger slik grunnlaget for hva slags turisme og hva slags turister de får til bygda.



## 4 Lokalbefolkningen i bildet av bygda

### 4.1 Innledning

Stedsidentitet dreier seg ikke bare om stedets naturmessige og fysiske kvaliteter og særpreg, men også om hvordan folk ”er” eller oppleves å være, - enten av bygdeungdom selv, eller av de som kommer dit på besøk eller som innflyttere (Carlsson 2001, Vestby 2004). Bygdekulturen i vid forstand dreier seg om opplevelse av hva slags verdier som er dominerende og om væremåter, samvær- og omgangsformer, lokal humor og mentalitet. Dette vil prege bygdemiljøet i vesentlig grad og er derfor svært viktig for barn og unges oppvekstmiljø.

På tross av en lang rekke individuelle forskjeller, danner det seg bilder av noen felles egenskaper eller kjennetegn ved lokalbefolkningen. Konkret eller indirekte sammenlignes de gjerne med folk andre steder, med ”byungdom” osv. Også dette bidrar til å prege de unges stedsbilder og selvforståelse. Her skal vi presentere noen oppfatninger om lokalbefolkningen sett med ungdommens øyne; både de lokale og de unge sesongarbeiderne som kommer utenfra.

### 4.2 Geilinger sett innenfra og utenfra

#### 4.2.1 Lokale unge om folk på Geilo

Ungdom på Geilo sier for eksempel at det der er ”*Mange jordnære ungdom..mere vett*”. En fjerdedel av de som svarte på surveyen er helt

enig i at ”*det er jordnær ungdom her*”, og halparten er litt enig. De bruker betegnelser som ”*Vennlig befolkning*” eller ”*Hyggelige folk*”. Noe annet som er vanlig å høre er i tråd med dette utsagnet: ”*De lokale er mer imøtekommende...hilser på gata*”. Dette er tydelig en lokal verdi: du skal hilse på gata, være vennlig imøtekommende. Slik ser de hverandre, og slik møter de også sesongarbeidere, som opplever dette som uvanlig i forhold til i byen.

Men bildet er ikke entydig positivt. Når ungdom fra de andre bygdene rundt ser seg selv sammenligner de seg med de fra Geilo: ”*På Geilo har de alltid vært ganske sære, de vil bare ha sitt eget*”, er det noen som mener. Dette underbygges av at 28 prosent faktisk er uenige i at det er mer *jordnær ungdom* på Geilo. I følge lærerne på videregående på Ål og Gol, ser de godt hvilke ungdom, særlig blant jentene, som kommer fra Geilo. De forteller at de har hatt problemer med at de er overlegne overfor andre elever, viser dårlig holdninger og viser tydelig at de har god råd gjennom klær og utstyr. Problemet ble så tydelig og stort at det ble tatt opp blant lærerne og gjort noe med gjennom direkte samtaler med de elevene det gjaldt.

Det sies at motepresset på Geilo er stort i forhold til bygdene rundt. Ungdom sammenlignet, og sier for eksempel at det er mer avslappet blant de unge på Ål. Det kan altså se ut til at noe av det samme fenomenet som gjør at det er visse forskjeller mellom byungdom og bygdeungdom, også har sine paralleller internt i regionen. Det får annen bygdeungdom til å føle seg underlegne i møtet med Geiloungdommen, - eller kanskje det rettere er Geiloungdommen som føler seg overlegne overfor de som kommer fra bygdene rundt. Et par gutter i 17-årsalderen sier det slik: ”*Folk må ikke være så høye på para selv om de har litt penger*”, og forklarer snobberiet med at det er ”*foreldre som ikke klarer å oppdra barna sine*”. En annen mente at det var ”*for mange wannebe`s*” på Geilo, noe tre fjerdedel av de unge fra Hol er helt eller delvis enig i.

#### 4.2.2 Unge sesongarbeidere om folk på Geilo

Hva slags oppfatninger har sesongarbeiderne om lokalbefolkningen og miljøet på Geilo? Noen av dem betegner folk på Geilo som åpne og hyggelige, andre opplever geilinger som lite åpne i forhold til sesongarbeidere og folk som kommer utenfra. Dette forklares med at det i lengden er slitsomt å bli kjent med eller

forholde seg til folk som bare bor her for noen måneder, for så å reise hjem igjen. For sesongarbeiderne blir det liten kontakt med de som bor i bygda, og de holder seg som oftest sammen med de andre som jobber på samme sted. ”*Som att leva i en bubbla*”, sier en 23-årig avenske.

Men etter å ha vært på Geilo flere år, er det lettere å bli kjent med folk fra bygda. ”*Folket er litt lukket, men etter hvert når du kjenner folk blir de mer hyggelige. Hallinger er veldig koselig og ”laid back”*”, sier en 26-årig australier. En norsk sesongarbeider sier at her er det ”*mange interessante mennesker*”. Selv om man ikke kjenner folk så godt, hilser man alltid på hverandre. Det skjer aldri i byen, sier de.

Deres opplevelse av Geilo er selvsagt også preget av at de treffer mange andre jevnaldrende i samme situasjon. ”*Jobbet är kjempebra, och det är trevligt och träffa så mycket olika människor*”. Også norske sesongarbeidere/unge norske som for tiden jobber der understreker dette: ”*Blir kjent med mange*”; ”*Aktivt miljø med mye utvikling*”; ”*Sosialt inkluderende*”.

Ellers preges deres bilde av Geilo av at det ikke finnes noen aktiviteter for de som kommet hit for å jobbe, bortsett fra bransjetreff og utelivets steder. Når flere savner andre aktiviteter kan det og være et uttrykk for at de føler seg litt marginaliserte i forhold til lokalbefolkningen, et tydelig ”de” og ”vi” opprettholdes. De synes for øvrig at det er dårlig uteliv på Geilo, med bare to aktuelle steder. ”*Utelivet för oss ungdomar kunde vara bättre, finns inte så många platser att gå till.*”, sier svensk jente, 21 år. ”- En gutt mener det sammen: ”*Finns inte så mycke att göra utom arbetet*”. ”*Saknar något att göra efter jobbet på recodagarna*”, mener en annen svensk jente.

## 4.3 Hemsedøler sett innenfra og utenfra

### 4.3.1 Lokale unge om folk i Hemsedal

Hvordan ser ungdommen i Hemsedal på folka som bor der? En av ungdommene som har flyttet til bygda ser tydelig at ”*folka i Hemsedal er mye mer vennlige*” enn der hun vokste opp. ”*Her er det ikke så mye dritt som andre steder*”. De eldre ungdommene fra bygda trekker fram det positive i at ”*alle kjenner alle i bygda*”. Dette utdypes

med at *"Hemsedal er ei lita bygd, hvis du finner på noe tull veit alle det på fem timer"*. I hvilken grad mener ungdom i Hemsedal at bygdas ungdom er *jordnære*? På dette utsagnet er det 34 prosent som sier seg helt enige, og 46 prosent er litt enige. Sammenlignet med svarene fra ungdommene i Hol ser vi at hemsedalsungdommene ser seg selv som mer jordnære. Hemsdølene mener også at det i mindre grad er *"for mange wannabes"* i bygda. Her er 26 prosent helt enige i det utsagnet, mens det gjaldt 1/3 i Hol.

I følge ungdommen er det mange som *"leve av å sladre"*, noe som kan være både ulempe og fordel av å bo i et lite og gjennomsliktig miljø. Et annet trekk som kommer fram er at *"Hemsdøler er litt treige...de er stille og rolige og litt trauste"*. Dette kommer fram når ungdommene snakker om det sosiale livet i bygda. Folk er treige med å komme seg på bygdefester og andre tilstelninger for bygdefolket.

Ungdommene ser også de strukturelle endringer i arbeidslivet som har skjedd de senere årene. Bygdefolket har gått fra å være hovedsakelig bønder, til å ha mer jobb også utenfor gården. *"Det er ikke lenger en egen jobb å være bonde, jobben er andre steder"*. Bonde er man i tillegg. Etableringen av fellesfjøsene de senere årene er et eksempel på rasjonalisering av tidsbruken.

#### 4.3.2 Sesongarbeidere om Hemsedal

Sesongarbeiderne, - noen har nylig kommet mens andre har flere sesonger på baken, - har også oppfatninger av bygda i betydningen bygdefolket. *"En vacker, liten dal med härliga människor!"*, sier en jente på 24 år fra Sverige. *"Venligt og åbent samfund"*, mener en 19 årig jente fra Danmark. Den eneste norske sesongarbeideren i gruppa, en gutt på 24 år påpeker at dette er et *"Lite sted hvor alle kjenner alle"*.

En mener at det er ikke så mye rykter her, for når alle kjenner alle så snakker man ikke shit om hverandre. Dette er ikke alle enig i, man hører at det går rykter om hverandre.

Noen fremholder at bygdefolket er litt tradisjonelle. Den ene informanten drev en kafé i bygda, men måtte gi opp. Hun opplevde at de lokale bare vil ha *"kjøttkaker og hamburgere"*. Hun mener at kulturen fra storbyene kommer til Hemsedal mange år etter.

Folkene her er trauste enda, det er mange bønder. De har bygget Alpepregede hus. Men nå ser det ut til å være et generasjonsskifte, de unge tenker mer annerledes, de er mer tilpasset turismen.

#### 4.4 Turisme, velstand og bygdeverdier: hvordan preger det folk?

Turistdestinasjonene Geilo (Hol kommune) og Hemsedal er i en gunstig situasjon sammenlignet med mange andre norske bygdekommuner. Turist- og reiselivsnæringene, og tilliggende virksomheter, gir mange arbeidsplasser og inntektsmuligheter. Dette trykker disse lokalsamfunnene og setter enkeltpersoner og familier i en trygg økonomisk situasjon. Samtidig kan det føre til en større ulikhet mellom folk når noen har muligheter til å tjene store penter på turismen, mens andre kun har vanlige inntekter. Barn og unge som vokser opp i disse turistkommunene blir dessuten tilskuere til et stort ferieforbruk i vid forstand. ”*De dyre, fine, flotte bilene som er her oppe...Det er vanvittig mye penger i omlop på denne lille plassen!*”, sa en av de eldre bygdeungdommene fra Geilo til oss. Men bygdefolk får også mye penger mellom hendene, blant annet gjennom salg av tomter og eiendommer.

Sammenlignet med andre kommuner er det særlig Hemsedal som ligger høyt på inntektsstatistikken, målt i gjennomsnittlig inntekt pr. innbygger over 17 år. I 2006 var denne på kr. 303.400 kr. (kr.374.000 for menn, kr.233.500 for kvinner). I Hol kommune, der Geilo er det største tettstedet, lå gjennomsnittsinntekten på kr.286.800 (kr.347.700 for menn , kr.228.200 for kvinner). De tilsvarende tallene for noen av de andre Hallingdalskommunene er for Gol kr.272.500, Ål kr.266.200, Nes kr.261.900 og Flå kr.256.500. Hol kommune ligger en del under Hemsedal i gjennomsnittsinntekt pr.innbygger, men noe over de andre kommunene i Hallingdal. For hele Buskerud fylke er tallet kr.290.000, og for landet som helhet kr.293.000 (Kilde: www.ssb.no). Dette er registrerte inntekter. Hemsedal skiller seg altså ut.

Det høye materielle nivået og forbruket var mye tydeligere tilstede i intervjuene og fokusgruppesamtalene blant voksne og eldre ungdom i Hemsedal enn det var blant tilsvarende informanter i

Hol (på Geilo). At inntekstnivået i Hemsedal er betydelig høyere, kan være en forklaring, noe som rent faktisk kan føre til større forbruk og fokus på materielle ting som både er kostbare og trendy. Det kan være dette er mer allment utbredt enn på Geilo.

Også på Geilo påpeker voksne og eldre ungdom hvor mye penger det er i omløp, men forskjellen er at de her i større grad sikter til turistene og deres høye materielle standard på så vel biler og hytter som klær og utstyr, og at dette påvirker en del på Geilo. ”*Vi tar jo etter turistene, det må jeg nok innrømme*”, sier en av de voksne som også er mor til tre barn, ”*først og fremst klær, for vi vil være like fint kledd som dem...*”. Men klesstilen speiler også at det på Geilo ikke finnes vanlige /rimelige klesbutikker; de som finnes er nesten uten unntak av det dyrere slaget eller det er sportsbutikker med stort utvalg av dyre og til dels eksklusive klær.

De påvirkes av turistene ”*også når det gjelder biler og interiør*”, sies det. Den synlige rikdommen demonstreres blant annet i dyre biler. Når interiør også fremholdes, kan det dels ha sammenheng med at Geilo har to eksklusive interiørbutikker som retter seg mot det sterkt voksende og til dels eksklusive hyttemarkedet. Geilo har fra gammelt av vært et klassisk vintersportssted der velstående folk og familier fra Oslo og Bergen ferierte, noe som sannsynligvis bidrar til at stedet er tiltrekkende for visse sjikt i befolkningen. En selvforsterkende effekt ligger selvsagt i at dyre tomter og hytter i flere millioners-klassen ikke er tilgjengelige for folk med vanlige inntekter. Et visst eksklusivt preg forbindes derfor med Geilos image.

Unges forbruksmønster kan også ses som et resultat av foreldrenes vaner og forbruksmønstre. Voksne informanter i Hemsedal forteller at det blir en vane å skifte ting ofte, og at det i tillegg til dyrt skiutstyr og klær, er slik at mange dyre biler, dyre traktorer, hus, innredninger og møbler, mobiler og sykler. Etter at ”downhill” ble etablert kom de rådyre syklene. Dessuten er dyre feriereiser ganske utbredt. ”*Her er det full pakke!*”, sies det. Og det gjelder ikke bare noen få: ”*Mange her har mye. Noen veldig mye*”.

Blant barn og unge gir dette seg blant annet uttrykk i det som betegnes som utstyrsfokus, og det synes å starte en god stund før ungdomsalderen. Det fortelles om at ”*du ser små barn i alpingruppa her i Hemsedal med klær til mange tusen. Med spesielski til forskjellige grener*”. Siden de aller fleste barna i bygda er med i alpingruppa, er

dette altså en arena der forbruket stilles allment tilskue. Noen voksne sier det *”blir rein mobbing ved ”feil” merke... ”. ”Foreldre blir pressa”,* hevdes det, *”men det finnes faktisk rike foreldre som greier å stå imot”*. At dette legger press på foreldre, er ikke unaturlig, ettersom sosial inkludering og ekskludering er mekanismer som ikke sjelden knyttes an til materielt forbruk, noe som er særlig kritisk for barn og unge. Det fortelles om ski, skiklær, (ski)briller, *”Det er veldig tydelig! Tror det er brukt som maktmiddel og...tror mange foreldre investerer i ungen, selv om de ikke har råd”*. Så det er ikke bare utstyrsløseleverandører som investerer i de unge ved at de som er gode i bakken blir sponset, -foreldre investerer fra tidlig barndom.

Hva slags investering er dette? På hvilken måte er barn og unge et investeringsobjekt i sin egen framtid? Sannsynligvis inngår dette i et sammensatt bilde, der argumenter kan forankres i alt fra det positive i opptrening i fysiske ferdigheter, til friluftsliv, trivsel, helse og sosial aksept. For noen foreldre kan dessuten barna fungere som statussymbol, det være seg mht. gjennom å fremstille materiell vellykkethet eller suksess i bakken. En nordisk studie viser at de fleste foreldre er positive til det moderne forbruket og de utfoldelsesmuligheter dette gir. Samtidig er de bekymret over mer udefinierbare konsekvenser av den kommersielle oppveksten og for at barna skal bli bortskjemte (Brusdal 2005).

Det er ikke uvanlig å investere i egne ungers utvikling av ferdigheter og kompetanser innen fritidsaktiviteter. Den moderne foreldrerollen som tilsier en sterk vektlegging av det *”å følge opp ungene”,* dreier seg ikke minst om dette feltet. Å følge opp ungene på skolen er et annet slikt felt for foreldrerollen, som har endret seg mye på et par generasjoner (Vestby 1999). Men en lærer i Hol kommune mener at det i løpet av de siste åra har snudd mot større fokus på penger til fortrenghet fra fokus på utdanning: *”Det spiller ingen rolle hva folk driver med...det er penga: hvor mye du tjener (som er viktig). Utdannelsefokus er blitt mindre”*.

Spørsmålet er om turistvirksomheten indikerte bidrar til et tiltagende klasseskille? Når store deler av befolkningen har mye penger å rutte med, vil det å ha en vanlig eller relativt dårlig lønn oppleves som verre. Den relative fattigdommen som fenomen dreier seg om at en sammenligner med andre rundt seg. Ordføreren i Hol er en av dem som spør seg om de blir *”en klasseskille-kommune”,* at faren er til stede for at det kan skje. I

hvilken grad og på hvilken måte dette preger dem, kan være vanskelig å måle. Det er imidlertid utvilsomt et forhold som bør gis oppmerksomhet.

I hvilken grad dette preger lokalbefolkningen synes å variere. Eldre ungdom fra bygda som vi intervjuet, tror ikke den materielle rikdommen blant turistene påvirker veldig mange; ”*nokon så..det er lokale også som tar etter de fra byen*”. Men de spør seg om dette ikke var mer av før, og snakker seg imellom om dette kanskje har ”*flata litt ut*”. Imidlertid er de enige i at de dyre sportsklærne som du får tak i på Geilo er del av dette bildet. Men så konkluderer de med at ”*Det preger ikke folk mer generelt, nei. Bare de enkelte som peker seg ut*”. Dette utsagnet er et flertall av de unge i begge bygdene enige i, noe som skulle tyde på at de ikke opplever status- og klasseforskjeller som vesentlig.

Men voksne som drøftet det samme tema mente at ”*det blir et statussamfunn*” på Geilo, og en av dem sa at ”*de nye idolene er de som har store hytter..de pengesterke*”, og at ”*unge her er jålebukker*” og ”*at de rangerer folk, i stedet for å spørre hva folk har å komme med*”.

En av våre informanter i Hemsedal mener at verdier i bygdekulturen i Hemsedal motvirker at pengebruken og det materielle fokuset tar for mye overhånd. ”*Hemsedolen, enten han har mye penger eller lite...det spiller ikke så stor rolle...de er på samme nivå*”, sier det. Å være på samme nivå må vel bety at det ikke er så forskjell? En annen sier det slik: ”*Hemsedal er ei bygd og tar vare på hverandre, enten du har mye eller lite penger*”. Bygdas størrelse kan være en av forklaringene; veldig mange kjenner hverandre og vet hvem folk er av opprinnelse og familiebakgrunn, og da vil penger i mindre grad kunne endre ens plass og posisjon. Slike såkalte tilskrevne statuser vil imidlertid i viss grad vike for det som kalles oppnådde statuser når bygda nå stadig får flere innflyttere. Spørsmålet er om de deler tradisjonelle bygdeverdier om ikke å rangere folk etter penger, eller om de bidrar til at slike verdier svekkes.

Posisjonering på grunnlag av oppnådde statuser kan dreie seg om hva en har oppnådd gjennom så vel jobbing og forbruk, som hva en yter som innbygger i det lokale bygdesamfunnet. Grunnlaget for sosial anerkjennelse og beundring blir vesentlig. Om en bidrar til fellesskapet i bygda eller om en tjener seg søkkrik og legger seg til et høyt individuelt forbruk, gir ganske ulike sosiale statuser. Med



mange innflyttere og mye penger blant folk vil tradisjonelle bygdeverdier antakelig være utsatt for å utvannes eller forsvinne. Hemsedølene og holingene må selv definere hvorvidt det er viktig for bygda at de opprinnelige likhetsverdiene om ”å være på samme nivå” tas vare på. Spørsmålet er om de klarer det når det er så høyt materielt forbruk og fokus, både blant barn, unge og voksne.

”*Å rangere folk etter penger*” er det motsatte av ”*å være på samme nivå*” på tross av ulik tilgang på penger. Men hvordan det stiller seg mht. slike verdier og holdninger kan være vanskelig å måle, særlig fordi få vil innrømme at de rangerer folk etter penger, selv om det er hva de i en viss forstand indirekte gjør. For barn og unge som vokser opp i lokalsamfunn der mange har mye, blir de relative forskjellene større. I småsamfunn blir de tydeligere. En ting er at noen kanskje ikke har råd til å et materielt forbruk som mange andre har. En annen ting er at barn og unge kanskje ikke har råd til å delta i aktiviteter som er relativt kostbare. Slalomaktivitetene med utgifter til heiskort og det siste i utstyr og klær (slik vi har beskrevet det foran) kan bli en slik ekskluderende arena. Når skibakken i tillegg er et sosialt møtested der ’alle er’, blir konsekvensene av ikke å være der større enn om det var mange andre alternativer. Og det skaper nye underlegheter. Det kan virke som dette utgjør en noe større risiko i Hemsedal enn på Geilo; siden Geilo er et større sted er det flere møteplasser som er aktuelle og gir alternativer. Det synes også som om skiaktivitetene der sprer seg mer og at langrenn og skiskyting også er alternativer til slalombakken.

I et folkehelseperspektiv er sosial ulikhet en av de store utfordringene og et satsingsområde for myndighetene. ”En lang rekke undersøkelser, både nasjonalt og internasjonalt, viser en klar sammenheng mellom helsetilstand og sosial posisjon. Jo bedre posisjonert vi er mht. yrke, inntekt eller utdanning, jo mindre dødelighet, sykdom, selvrapporterte helseplager og konsekvenser av sykdom”, heter det i Folkehelsemeldingen (”Resept for et sunnere Norge”). Selv om individets valgmuligheter og ansvar understrekes, pekes det klart på at det også er knyttet et samfunnsmessig ansvar til dette.

## 5 Sosiale og kulturelle møter og møteplasser

### 5.1 Sosialt hverdagsliv med mange folk utenfra

Ett av hovedformålene i dette prosjektet er å rette søkelyset på unges trivsel og psykososiale forhold i lys av at de bor i turistdestinasjoner, slik at kommunene kan få ny kunnskap i sitt arbeid med helsefremmende tiltak og planlegging. Sosiale og fysiske møteplasser inngår i mange kommuners arbeid med folkehelse, der både fysisk og psykisk helse skal fremmes. Gode sosiale relasjoner og sosialt liv er ikke bare viktig for unges trivsel og livskvalitet; det har også betydning for hva slags impulser de får og for deres identitetsdanning og selvforståelse. Hvem de er, som individer og bygdeungdom, formes og speiles i møte med andre. Sosial samhandling bekrefter og forsterker sosiale relasjoner, eller avdekker ekskludering og ulikheter mellom sosiale miljøer. Opplevelse av likhet og ulikhet kan følge forskjellige skillelinjer, men bidrar alltid i en viss grad til selvforståelse og identitet, enten det er på individplan eller på kollektivt plan. Også dette vil bety noe når det gjelder psykisk helse i vid forstand.

For ungdom er det først og fremst familie, venner og jevnaldrende som er de viktige samhandlingspartnerne. Men på Geilo og i Hemsedal er det i tillegg en rekke andre grupper som de unge møter fordi dette er turistdestinasjoner; turister av ymse slag med svært forskjellig tilknytning til bygda (noen har røtter i bygda gjennom hytteliv i generasjoner, mens andre bare er på et besøk), unge sesongarbeidere, gjestearbeidere i byggebransjen, innflyttere som har slått seg ned eller som bare er der midlertidig. Alle disse bidrar til at disse to bygdene skiller seg fra mange andre norske bygder som ligger langt fra større byer. Den sosiale samhandlingen

mellom de lokale og de som kommer utenfra kan være alt fra sosial omgang og vennskap, til tilfeldige møter med ”de andre” som er tilstede i bygda mer og mindre midlertidig.

I dette kapitelet skal vi ta for oss fysiske og sosiale arenaer som kan være møteplasser for lokalbefolkningen ulike eksterne grupper. Konkrete møter er samtidig kulturelle møter mellom det urbane og rurale, mellom Hallingkultur og andre norske kulturer, mellom det norske og utenlandske, det være seg mellom uttrykk, adferder og symboler. Hva slags møteplasser finnes? I hvilken grad omgås de lokale med de som kommer utenfra? I hvilken grad påvirkes de lokale, direkte og indirekte, av alle som kommer til bygda på besøk eller for å bo og arbeide der? Hva er positive og hva er negative impulser og påvirkninger? Hva slags følelse gir møtet med folk utenfra: stolthet eller underlegenhet?

## 5.2 Positive impulser - som mange andre bygder ikke får...

Det skjer noe! – turismen bidrar direkte og indirekte til at Geilo og Hemsedal er steder der det til tider er høy puls, mange folk, mye som skjer og ganske mange muligheter for de unge sammenlignet med hva som er situasjonen i mange andre bygder. De unge mener at turistene kompenserer for at det ellers er lite folk i bygda, og de lokale får impulser fra andre steder. ”*Det hadde ikke vært mye liv her uten turistene*”, skrev en av de unge hemsedølene, noe de fleste jevnaldrende sambygdingene er enig i. Men oppslutningen om dette utsagnet er også stor på Geilo, om enn ikke i like stor grad, noe som er naturlig ettersom Geilo er et større sted og det likevel skjer en del ting der.

Både i Hemsedal og på Geilo fremhever flere av de unge det positive som ligger i det at turismen åpner for muligheten til å bli kjent med nye folk, møte folk fra andre steder og få nye venner. Surveyen viser at åtti prosent er enige i at en fordel med turismen er at det er ”*Positivt fordi vi får møte mennesker fra andre steder*”. Det oppleves som klare fordeler at bygdefolket får impulser fra de besøkende og fra virksomheten turismen fører med seg, og de sier at de blir mer åpne og vidsynte enn de ellers ville vært. Dette er det motsatte av den stereotype forestillingen om et kjedelig bygde-Norge der det skjer lite, der det er lite folk og færre impulser enn i

byen. En del mer urbane holdninger synes å spres til disse bygdene i kjølvannet av turismen.

Ordføreren i Hol framholder det positive i at bygda gjennom turismen har blitt mer åpen, og derigjennom en mer moderne bygd som følger med i trender i tida. *”Vi lærer å ta hensyn og lærer andre å kjenne på andre områder”*, sier han, og beskriver det som om de i praksis lever nærmere storbyene Oslo og Bergen gjennom impulsene de får fra gjestene. Geilo er et gammelt turiststed som ble utviklet da jernbanen ble åpnet for 100 år siden, og siden den gangen har turismen vært en del av hverdagen for folk i bygda.

Også ordføreren i Hemsedal mener at samfunnet der er åpent for å ta i mot fremmede folk utenfra: *”et åpent og raust samfunn”*, sier han og fortsetter: *”en skulle tro at et gammelt bondesamfunn var mye mer lukka og fordømmende”*. Dette dreier seg ikke bare om turister. Han viser blant annet til asylmottaket og at det er familier fra jugoslaviske land som er blitt boende i bygda etterpå. Det er dessuten mange polakker som jobber som håndverkere, og blant disse er det nå 7-8 familier som har kjøpt seg tomt og bygget hus.

Også andre voksne informanter i Hemsedal opplever at holdningen til ”de andre”, de som kommer til kommunen, er blitt tydelig mer positiv enn den tidligere har vært. En av grunnene er at de også representerer noe nytt, at dette nye er spennende, at ”verden blir mindre” for hemsedølene. Det fører til at *”hemsedølene er blitt tvunget til å åpne seg, til å ta i mot verden, - for de lever jo av den”*. De sier at hemsedølene var mer lukka før, og tenker at det kanskje bidrar til *”et oppvekstmiljø som gir litt bredere horison”*. *”Det blir variasjon i kulturmotsetninger. Mye skandinavisk. Det skaper vidsyn”*, fremholdes det. *”Som turiststed er Hemsedal veldig kult fordi alle vet om det, for eksempel om vinteren blir man kjent med mange mennesker. Veldig læreriket sted å bo”*, sier en av elevene ved Hemsedal ungdomsskole.

Den stadige strømmen av mennesker utenfra synes altså å bidra til at det lukkede blir mer åpent. *”Vi er kanskje litt mer utadvendte og. Vi møtes i bakken og blir kjent med nye siden vi er så få her”*, sier en av de unge.

Svært mange av de unge, både i i Hemsedal og Hol, er enige i ungdomsutsagnet at det er *”positivt fordi vi får møte mennesker fra andre steder”*. Denne oppfatningen er noe sterkere blant de unge i Hemsedal, men ikke mye. Likevel synes det å være noe forskjellige

erfaringer og oppfatninger om dette i de to bygdene; det er først og fremst hemsedølene som påpeker disse positive impulsene i intervjuene og som bruker ord som at de blir ”utadvendte” og ”åpner seg mot verden”, får ”vidsyn”, og ”bredere horisont”. En forklaring kan være at de faktisk opplever denne type positive impulser og påvirkninger i større grad. En annen forklaring kan være at Hemsedal er en mindre bygd med færre innbyggere, og selv om de også har en turishistorie å vise til, er det grunn til å tro at impulsene utenfra har vært mindre. Geilo har i flere generasjoner og i langt større omfang vært en klassisk turistdestinasjon med de konsekvensene det må ha fått for impulser utenfra. På Geilo er ikke dette noe nytt som har skjedd de siste tiårene, og de gir det mindre oppmerksomhet.

Men det kan også være at hemsedølene tenker mer i positive baner siden det lille bygdesamfunnet og jordbruksbygda er mer avhengig av turistene. Det er dessuten flere skandinaviske ”kolonier” som har slått seg ned der og gradvis blitt en del av befolkningen, noe som klart må gjøre påvirkningen større.

### 5.2.1 Naturen og skibakkene som møteplass og identitetsarena

En indirekte positiv effekt av turismen er at de unge kollektivt kan sole seg i de besøkendes begeistring for hjembygdene deres. De bor på attraktive steder som tiltrekker seg et enormt stort antall besøkende, hyttefolk og sesongarbeidere. Den flotte naturen, anleggende, aktivitets- og opplevelsesmulighetene er alt sammen med på å gjøre de lokale stolte av bygda si. Anerkjennelsen av hjemstedet styrker det kollektive selvbildet. ”*Dette er et sted man kan være stolt av!*”, skrev en av geilingene. En slik beskrivelse av stedet er det - både på Geilo og i Hemsedal - over 80 prosent som er enig i dette.

Det skjer mye i disse bygdene og det er mange muligheter for aktiviteter, opplevelser og arrangementer som også er tilgjengelige for lokalbefolkningen. Vårt inntrykk er at det i særlig grad er tilrettelagte naturbaserte anlegg, arealer og trasèer som skibakker, brettanlegg, løyper, stier og down-hill-trasèer som brukes av de lokale. Det svært store utbudet av andre turisttilbud koster imidlertid ofte penger og later til å være mindre benyttet av lokal ungdom. Rådmannen i Hol er opptatt av at innbyggerne kan få dra

nytte av tilbudene til turistene og at de lokale skal kunne delta eller bruke fasiliteter til en rimelig pris. Han sier dette blir viktig å få til, og ser samtidig symbolverdien som ligger i at turismen ”gir litt tilbake”, noe han tror vil kunne minske avstanden.

Skibakkene og anleggene og områdene for brettkjøring er spesielle for disse to bygdene. Dette er viktige fysiske og sosiale møteplasser for de lokale, men det er også her de i stor grad møter de som kommer utenfra. Alle er de her for å ha det moro, utfordre naturlementene, teste grensene og få noen skikkelig flotte opplevelser. Her skjer også en del av de møtene som de unge tenker på som kanaler for impulser utenfra, som de tydeligvis ser som verdifullt. Bakkene synes dessuten å fungere som arenaer for identitetsmarkering og sosial posisjonering. Mange av de unge fra Geilo og Hemsedal har svært gode skiferdigheter som gir en status som er synlig i bakken der ”alle” er, både de lokale og de tilreisende og sesongarbeiderne. Voksne vi intervjuet på Geilo sier det slik: ”*De (lokale ungdom) har utrolig status blant turistene fordi de er så gode i bakken!*”. Dette gjelder i begge bygdene; de aller fleste unge er mye i skianleggene og har ferdigheter som teller. Dessuten er det vårt inntrykk at de fleste har det ”riktige” utstyret, både når det gjelder skiklær, ski, brett, hjelmer og briller. I motsetning til bygdeungdom mange andre steder (ref. Vestby 2004) bor de på steder som tiltrekker seg byungdommen, særlig om vinteren. Dette gir at de kan speile seg i de andres, de besøkendes, anerkjennede blikk, noe som ellers er mindre vanlig for bygdeungdom.

For det første bidrar dette til at de lokales sosiale posisjon er sterk i møte med ’de andre’ de eksterne. For det andre oppstår et fellesskap rundt lidenskapen ved at de ’deler en passion’ (som den unge legen i bygda uttrykte det). Dette blir et nytt ’vi’. Ulikheten tones ned og likheten trer fram. Her er det ikke så lett å få øye på forskjellene mellom de på innsiden og de utenfra, det måtte i så fall være at de utenfra i noen tilfelle ikke er så flinke i bakken.

Mange unge forteller at de blir kjent med andre i bakken, får nye impulser, at det er gøy å treffe folk fra andre steder. Det tyder på en viss følelse av likeverdighet (og ikke underlegenhet, som er noe de voksne bekymrer seg for). At mange av disse møtene blir tilfeldige eller forbigående betyr ikke at de ikke er viktige for de unge og deres selvbylde. De møter positiv respons, blir ’sett’ som dyktige og kule, og får styrket egen selvfølelse, ikke bare

individuelt, men også kollektivt. Og det er stedets kvaliteter, naturen og turistanleggene, som gir dem denne muligheten. Men selv om likhet og 'insidene' kjennetegner møtene i bakken, er det antakelig en del andre konkrete og symbolske elementer som likevel opprettholder et visst skille og derved 'outsidene'; som kulturelle koder og uttrykk knyttet til kroppsspråk, talemåter, språk, humor og adferd. Slik blir fysiske og sosiale møter samtidig møter mellom ulike kulturer.

Vi finner grunn til å spørre både de unge og oss selv hva som da skjer med de som ikke er aktive i bakken, men får ikke noe svar. Det virker som de ikke finnes... Faren for at ungdommene som ikke står brett eller kjører slalom ekskluderes er kanskje større på et slikt sted enn i bymiljøer der det er mange og ulike alternative interessegrupperinger? Og når majoriteten befinner seg der, og deler disse opplevelsene og møtene, kan dette gi de som er utenfor dette en enda sterkere følelse av 'outsidene'.

Skibakkene er også et sted der utstyr og ytre kjennetegn vil fungere som kulturelle markører som forteller noe om en er på innsiden av trendene eller på utsiden. Ungdomsskoleelever i Hemsedal som er gode i skibakken eller på brett sponses av utstyrsleverandører. I 10.klassen vi snakket med vet alle hvem de unge er som har lukrative avtaler med utstyrsleverandører utløst pga. sine ferdigheter i bakken, men de vil ikke helt snakke om det, det er en litt offentlig hemmelighet. Den "kjørende" reklamen skal helst ikke avdekkes når poenget er at de flinke i bakken naturlig skal velge "det riktige og kule" utstyret. Status i den viktigste fysiske aktiviteten som gjelder, både blant turistene og lokal ungdom, gjør at status forbundet med klær og utstyr kan kobles til dette. "*Ganske mange har avtaler med utstyrsleverandører, - de unge er gode på ski, og får gratis sponset utstyr og klær. Det er de fineste merker som finnes!*" sier en av de voksne i Hemsedal kommune.

Unge vil kanskje betrakte det som en fordel at turismen direkte (gjennom folka) og indirekte (gjennom velassorterte sports- og utstyrsbutikker) bidrar til at de har det siste i sportsklær, skiutstyr, brett, hjelmer og briller, sykler, fritidsklær etc. De skifter ofte, er tidlig på nye trender og følger motebildet i bakken. Slik er de "helt på høyden" med unge fra mer urbane strøk, i en viss grad er det slik at de lokale setter trenden. Effekten av det velkjente stedshierarkiet, som får unge i bygde-Norge til å føle seg

underlegne de fra byen (Carlsson 2001, Vestby 2003), vil derfor slå mindre ut i disse bygdene. Underlegenheten oppveies et stykke på vei med det siste i klær og utstyr i bakken. At de lokale dessuten er gode på brett og slalomski, bidrar positivt i den samme vektskåla.

Forbrukskulturen slik den kommer til uttrykk i moteklær, trender i sportsmoter og utstyr formes nok dels i møtet mellom bygda og turistene. De fleste tror at turistene påvirker klær- og utstyrsfokuset. Når en sier at *”byungdom påvirker ungdom her i negativ retning, vi har nok ”sosser” fra før”*, så er det et tydelig flertall av de unge i spørreundersøkelsen som er enig i at dette stemmer, helt eller delvis. Det er litt større oppslutning om dette utsagnet blant unge fra Hol, men vårt inntrykk fra intervjuene er at betydningen av trendy klær og utstyr er større og får mer oppmerksomhet i Hemsedal. På den annen side hevdes det at motepresset blant ungdom er stort på Geilo sammenlignet med bygdene rundt, særlig i miljøer som er mye ”i bakken”.

Det er en større andel blant unge fra Geilo enn i Hemsedal som er enige i utsagnet om at *”ungdom her er veldig opptatt av klær og utstyr”*. I følge ungdommen i Hemsedal er det ikke stort motepress på skolen og i hverdagen, men med en gang man skal opp i heisen blir man mer opptatt av det. *”Vi følger mer moten når vi er der oppå”*, sier en av de unge. En annen poengterer at: *”Når jeg skal i heisen, tar jeg ikke på meg en gammel skidress fra 3 år tilbake”*.

Men ingen av de unge vi snakket med opplever dette som noe *press*. (hvem vil innrømme det? – det er å innrømme at moten ikke er ’naturlig’ for oss, men for ’de andre’, dvs. byfolka av ymse slag som kommer utenfra. Det er å innrømme at ’vi her’ henger etter...). De unge sier at de nok er *”mer oppdatert på moten”* fordi det er så mange turister fra bystrøk. *”Du ser ikke forskjell på dem (bygdefolk og turister)...de bruker de samme klærne”*, sier voksne i Hemsedal. Det samme ble det sagt på Geilo.

Selv om mange av de unge turistene oppfattes som *”motekonger”*, er det ikke nødvendigvis turistene som legger lista på motene: i følge ungdommen er det like mye hva som selges i butikkene, og de lokale fanger fort opp hva de nyeste og riktige merkene er. Sportsbutikkene på Geilo og i Hemsedal er usedvanlig velassorterte med et rikholdig utvalg av de rette merkene for alle alderskategorier. De nyeste motene og merkene kommer ofte raskere til Hemsedal og Geilo enn andre steder, delvis for å



imøtekomme turistenes interesser og etterspørsel. Uten turistene hadde heller ikke prisene vært så høye som de er i disse butikkene.

Men en av de voksne i Hemsedal sier at *”Her er nok konkurransen like mye innad blant bygdas ungdom som konkurranse og press i forhold til turistene”*. Det kan være at bygdas ungdom i like stor grad påvirker turistene som omvendt når det gjelder skiklær- og utstyr. Det ser en for eksempel på hjelmbruken: det er *”obligatorisk”* å bruke hjelm i bakken, noe som har blitt en selvfølge for den lokale ungdommen. Da er det imidlertid viktig å ha de riktige hjelmene. De ser at turistene ikke alltid bruker hjelm, men nå har flere etter hvert begynt med det.

De unge sesongarbeiderne som kommer utenfra har et førsteklasses utkikkspunkt til dette fenomenet, noe som særlig var oppe i intervjuene vi hadde med *”sesongerne”* i Hemsedal. De mener at en særlig blant turistene merker et visst motepress og livsstilspres, og forteller om hvordan dette kommer til uttrykk på after-skistedene. De forteller om jenter som tar solarium med googles på, for å få skille så det ser ut som om de har vært mye i bakken. Det er mye merkeklær her, også det som er under ski-klærne, som syns når man tar av seg yttertøyet på after-ski: *”Man tar på seg mye klær lag på lag, med tanke på å kunne ta av seg når man kommer inn”*. Moten er nå at ingenting tilsynelatende skal matche, det skal se ut som det er tilfeldig satt sammen, men alt er nøye gjennomtenkt. Men blir sesongerne selv påvirket av moten? Jo: *”Når man kommer hit ser man annerledes ut enn når man drar. Man blir jo påvirket”*, sier en av dem.

### 5.2.2 Utesteder som sosiale og kulturelle møteplasser?

I tillegg til bakkene, er utesteder aktuelle sosiale og kulturelle møteplasser for ungdom. Geilo og Hemsedal har langt flere caféer, puber og restauranter enn de fleste bygder av samme størrelse. Er dette møteplasser for de unge i bygda? Og er dette arenaer der tilreisende og lokalbefolkningen treffes?

Vi kan grovt inndele ungdom i tre kategorier etter alder, nemlig de på ungdomsskolen, de på videregående og de eldre unge som enten er i jobb i hjembygda eller ute og studerer eller jobber.

Ungdomsskoleelevene og store deler av de på videregående er under 18 år og kommer ikke inn på utestedene. Utelivsbransjen er i stor grad tilrettelagt for turistene som kommer, særlig i vinter-sesongen. Da endres aldersgrensen for å komme inn på utestedene fra 18 år til 21 år i helgene og i påsken og andre høytider. Dette innebærer at bygdas ungdom i stor grad utestenges fra det som er naturlige møteplasser for de eldre ungdommene. En måte å se dette på er at det bidrar til å skape et større skille mellom innbyggerne (ungdommen) og de tilreisende. Derved blir det mindre sosial integrasjon og samrøre på en positiv måte, og negative bilder og myter om ”de andre” vil lettere kunne opprettholdes. En annen måte å se dette på er at det bidrar til å skjermes de lokale unge fra et uteliv med alkohol og festing. Party-faktoren øker antakelig også fordi de tilreisende unge og unge vokse er i ferie-modus, - det er ikke sikkert de hjemme ville slått ut håret like mye.

Ungdom på videregående fester stort sett privat hjemme hos hverandre. De drar ofte på fester til Gol, det gjelder både de fra Geilo og de fra Hemsedal, siden mange går på videregående der. De mange utestedene/serveringsstedene som Hemsedal kan by på er i liten grad aktuelle som møteplass og festested for ungdom i videregående. Det er bare ett sted som har 18-årsgrense, ellers er det 20 årsgrense eller høyere. ”*Tror det er et fåtall av unge som er i Hemsedal når de skal på fest. Vi samles på Gol*”. På Gol er det mest private fester for videregående-elevene, siden de er under 18 år. Avslutningsvis sier de at de ønsker seg flere tiltak for unge under 18 år.

Geilo har bl.a. Norsk Toppidretts Gymnas, med ungdom fra hele Østlandet. I følge ungdommen fra Geilo er det lite kontakt mellom elevene fra denne skolen og ungdommen fra bygda. Når elevene fra NTG har fester, mingler de ikke med de andre, sies. Dessuten er disse festene bare ”fjortisfyll”, sier de litt eldre lokale ungdommene.

### 5.3 Slår festekulturen inn lokalt?

Impulser og påvirkninger fra folk som kommer andre steder fra, som turister, sesongarbeidere eller innflyttere, kan være av både det positive og mindre positive slaget. Er det noe folk i kommunen og

foreldre er bekymret for, så er det om de lokale unge påvirkes av festekulturen blant turistene (og dels også blant alle de unge sesongarbeiderne). Frykten for dette synes større i Hemsedal, noe det kanskje er grunn til siden denne bygda både har langt flere utesteder og dessuten en turisme som har et stort innslag av ungdom og unge voksne som kommer til bygda med høy party-faktor. Men begge bygdene blir stilt overfor skillet hverdagsliv og ferieliv, dels som åpenlys festing på overfylte diskotek, puber og kroer, men også som ”hvitvin på verandaen en tirsdagskveld”. ”*De har jo ferie, vi har vanlige hverdager*”, sier en voksen på Geilo.

Bransjetreffene blant sesongarbeiderne, som er ukentlige treff med høy grad av alkoholinntak, er en del av dette bildet av skillet mellom hverdagsliv-ferieliv. Riktignok er dette sesongarbeidernes hverdagsliv, men det er spesielt i en bygd. Dette er en indirekte konsekvens av turismen. Party-aktiviteten blant unge som midlertidig bor og arbeider i bygda er et fenomen de unge lokale kjenner til, men få deltar i. Men påvirker dette dem?

En av de unge i Hemsedal ”*tror at det er mindre festing blant unge her enn andre steder i Hallingdal*”. Det er det imidlertid delte meninger om, både der og på Geilo. Halvparten mener at dette ikke stemmer, noe som altså må bety at de mener det er like mye festing her som andre steder (dette har ikke nødvendigvis noe med turismen å gjøre). Siden disse ungdommene i visse perioder av året lever med relativt mange turister og deres uteliv og festing, er det noen som frykter at dette skal påvirke lokalungdommen. En av de unge uttalte imidlertid i et intervju: ”*tror ikke festekulturen (blant turister) flyter så mye inn*”. Da vi kartla oppslutningen om dette i vår survey, viser det seg at om lag halvparten i begge bygdene sier seg uenig. Det er en mindre andel som er helt enig i påstanden. Men dette må bety at flertallet av de unge mener at de i mer og mindre grad *blir* påvirket av festekulturen blant turistene. Hvordan dette vil slå ut på lang sikt, er det vanskelig å si noe om. Men kommunene som skal drive rusforebygging bør merke seg at 1 av 2 tror at festekulturen blant turistene ”slår inn”.

Selve mengden serveringssteder kan i seg selv og medvirke til å ”normalisere” et jevnt og hverdagslig alkoholinntak, uten at vi har noe belegg for å spekulere i dette. Strukturen og typen serveringssteder vil i så fall også kunne spille inn. Geilo bare har to utesteder som er aktuelle for ungdom, resten er voksensteder og/eller for

tydelig del av hotellenes fasiliteter til at de unge finner dem aktuelle. Hemsedal har svært mange serveringssteder som også passer for unge (over en viss alder riktignok), både i sentrum og oppe i heisområdet. Dersom dette har noen betydning vil Hemsedal være mer utsatt enn Geilo.

Når en av de unge sier at det er lærerikt å bo i slike turistbygder sammenlignet med bygder med mye mindre besøk utenfra, kan det være lærerikt på mange måter, som å lære å motstå press. Noen av ungdommene herfra sier at de ikke tror annen bygdeungdom i like stor grad opplever press på dop og alkohol. En av dem skriver dette: *”Den største forskjellen er kanskje det at vi i Hemsedal og Geilo får mer erfaring. Alle har vi jo opplevd det å bli tilbudt forskjellige ting...det, og si NEI!”*. Også dette utsagnet er fra en ungdomsskoleelev i Hemsedal. En av de eldre ungdommene i bygda sier at *”hvis det er tomt for stoff i byen så drar de til Hallingdal”*. Det er lett å få tak i, det sier også flere av de voksne informantene. Men press på dette, og andre ting som følger i kjølvannet av turismen, synes ikke å være særlig stort. Når en skriver at de *”ikke er utsatt for mye press (mote, dop, alkohol)”*, så er de fleste enig i dette.

Da vi snakket med lokale eldre ungdommer på Geilo, og spurte om kontakt mellom sesongarbeidere og bygdeungdom, begynte de å snakke om *”narko’n som plutselig dukka opp...tror det er veldig mye av det..(men) de lokale vet jo de fleste hvem er?”*, sier de. Når vi spør om det er omsetning av narko i sentrum, svarer imidlertid en av guttene: *”Eg ha’kje peiling! Jeg blir aldri spurt om noe som helst...tror de må ha antenne(for at jeg ikke skal ha)”*.

I Hemsedal sier folk i koordineringsgruppa (helse og sosial i kommunen) at det er en veldig liten del av ungdommen som blir negativt påvirket av turistene; av snobberiet, bråket og fylla. *”De få ungdommene blir tatt tak i”*, sier de, *”og det synes de er kjempeslaut!”*. Småsamfunnets gjennomsiktighet gjør at de ansvarlige voksne fanger opp *”de det gjelder”* og at *”de det gjelder”* blir flau side det er pinlig å bli sett på denne måten. Fra de ansatte i helse- og sosialsektoren i kommunen er dette et ledd i å tenke mer bevisst forebyggende. At det blir tatt tak i og er ganske synlig for alle og enhver i et gjennomsiktig småsamfunn, synes altså i seg selv å fungere forebyggende.

Fra lensmannsetaten i regionen sies det at en har minst problemer med ungdom som er under 18 år i Hemsedal, og at det er et mye

større problem på Gol og Ål. Men de tar høyde for at festing og rusing kan skje på mer lukkede arealer, som på campingplassene der mange av ski-bomsen bor. Dette er et fenomen som finnes i Hemsedal, men ikke på Geilo. ”Campingplassgutta” fortsetter å bo billig der også når vintersesongen er over og de ikke har arbeid ”i heisen”. Der er det muligheter for fest, og en av de voksne informantene sier at ”*det er et veldig kjekt sted for lokal ungdom*”. Der ses de ikke; de er unna det voksne blikket i bygda. Det beskrives som steder der det er en ukultur for rus, og dette tiltrekker seg yngre ungdom som er litt i ubalanse. De trekker dit som ”hang-arounds”. Politiet er jevnlig innom på disse stedene, og sier det er narko mer enn fyllekjøring som er problemet. Foreldrene i Hemsedal er mer fokusert på sentrumsområdet, og skolen og foreldrene til 10.klasse-ungdommene i sesongen 2007-08 ble enige om visse restriksjoner overfor de unge mht å oppholde seg der på kveldstid i helgene i sesongen. Selv ordføreren sier at det kanskje er mer omsetning av narkotika enn noen gang før, og at en i løpet av 15 minutter kan skaffe seg stoff. Også han påpeker problemet med en 3-4 campingplasser der brettbomsen holder til. Det er relativt lett tilgjengelige steder lokalisert i nærheten av sentrum. Ordføreren forteller at en av campingplassene nå er omregulert til parkering og aktivitetsområde, men spør seg om de likevel bare flytter problemet til et annet sted.

#### 5.4 Sosial omgang med turistene?

Både i Hemsedal og på Geilo fremheves det som tidligere nevnt det positive i å møte nye mennesker fra andre steder, og at dette skjer særlig i bakken eller ”i heisen” som de sier i Hemsedal. Noen har også blitt litt kjent med familier med barn på deres egen alder som kommer igjen fra år til år, for eksempel familier som har hytte her. Det er mange hyttefamilier med lange ferietradisjoner i bygda, og noen har i årevis hatt kontakt med lokalbefolkningen. Ordføreren i Hol forteller for eksempel om familier som faren hans kjørte inn på vidda og som han nå frakter inn. Kontakten går i ”arv” og det blir som vennefamilier der en er i hverandres åremålsfeiringer, bryllup og begravelser. Barn og unge i lokale familier som har denne type kontakter trekkes inn i en viss omgang med turister.

Men generelt er det vårt inntrykk at de lokale unge i liten grad omgås turistene, langt mindre blir kjent med dem som venner. Det virker som det mer dreier seg om tilfeldige, om i en viss grad jevnlige, treff i heisen og litt samvær rundt det. Heller ikke de unge på videregående eller eldre unge synes å omgås turistene i særlig grad, selv om de framhever at noe av det som er positivt ved turismen er at de kompenserer for lite folk i bygda, og at de lokale blir kjent med flere andre. ”*Det hadde vært kjedelig i Hemsedal uten turistene...også om sommeren*”, sier en av de videregående elevene.

De eldre ungdommene, både på Geilo og i Hemsedal, forteller at det egentlig er lite sosial omgang med turistene, med noen unntak, som vi hører om fra Hemsedal: ”*Nå er det noen hemsedøler, en 10-12 stykker, som er en gjeng, som oppfører seg som turister i egen bygd. Går på after-ski etter å ha vært i bakken*”. Utsagnet kan tyde på at after-ski-arenaene defineres som turistenes og sesongarbeidernes arena. I så fall markerer dette et klart skille mellom ”de” og ”vi”.

De tilfeldige møtene med turistene utendørs antar også negative former; som når det blir slåssing og bråk mellom turistungdom og ungdom fra bygda. ”*De tror de eier alt*”, sier lokal ungdom om turistene. Det ble ikke sagt eksplisitt hva som utløser bråk mellom ungdommene, men historiene vi hører kan bl.a. tolkes som at bygdeungdommen føler seg sett ned på og at ungdommene fra byen oppfører seg provoserende ved å ”være konger” med en adferd og et kroppsspråk som er ganske selvbevisst og selvsikkert.

Ungdomsskoleelevene er for unge til å komme inn på skjenkesteder og ”henger” derfor ikke i noen særlig grad med jevnaldrende turister eller sesongarbeidere ute. Hva for eksempel unge jenter gjør, som de ikke vil fortelle oss, er imidlertid et annet spørsmål.

## 5.5 Omgås lokal ungdom og unge sesongarbeidere?

Noen ungdommer som har arbeid i og rundt skibakkene, møter sesongarbeidere fra andre steder. Men er det noen sosial omgang med sesongarbeidere? De litt eldre ungdommene vi snakket med i Hol fremholder at Geilo-ungdom ikke får innpass blant sesongarbeiderne, selv om dette er unge i første halvdel av tjuåra. ”*Turistnæringene holder seg blant sine egne. De har hverandre. De har et*

”lekeland”...”, sier de. Intervjuene med sesongarbeidere på Geilo bekrefter dette. De lokale snakker i det hele tatt lite om sesongarbeiderene, det virker som om det er en annen verden, en verden som ikke angår dem. Livsstilen til ”sesongerne” er dessuten litt spesiell, og nettopp her får vi kanskje et møte mellom to typer hverdagsliv som ikke forenes; det ene med forankring i bygdemiljøet, det andre med forankring i turistbransjen. ”Sesongerne” selv var imidlertid mer opptatt av dette tema og av barrierene for sosial kontakt. Derfor er det interessant å lytte til hva de har å si.

### 5.5.1 Sesongarbeidere på Geilo i møte med de lokale

Noen unge sesongarbeidere beskriver folk på Geilo som åpne og hyggelige, og sier at selv om man ikke kjenner folk så godt, hilser man alltid på hverandre. Dette skjer aldri i byen, sier de. Andre opplever geilinger som lite åpne i forhold til sesongarbeidere og folk som kommer utenfra.

For sesongarbeiderne blir det ofte liten kontakt med de som bor i bygda, og de holder seg som oftest sammen med de andre som jobber på samme sted. Man blir heller ikke lett kjent med folk hvis man ikke allerede har en man kjenner fra før. Det er flere som opplever det som problematisk at de ikke kommer ”inn” i det lokale miljøet på Geilo, særlig om de har vært her i flere år på rad. En av disse jentene beskrev det slik: *”Mange er litt fortvilet fordi de ikke blir kjent med andre miljøer. De kommer ikke inn i andre miljøer. De holder ut bare i to sesonger, og så drar de hjem”*. De som blir bedre kjent med bygdefolk jobber gjerne på arbeidsplasser som har en blanding av sesongarbeidere og lokalbefolkning.

Etter å ha vært på Geilo flere år, går det bedre å bli kjent med folk fra bygda. Det er imidlertid ikke lett å vite hvem som er geilinger og hvem som bare er her for kortere tid, sies det. Ofte stiller de seg spørsmålet om det er noen som i det hele tatt bor fast på Geilo, de sier at de stort sett bare ser sesongarbeidere, i alle fall på sin egen alder.

### 5.5.2 Sesongarbeidere i Hemsedal i møte med de lokale

Sesongarbeiderne vi gruppeintervjuet i Hemsedal er enige om at det er mange hyggelige og kule folk i bygda. Siden bygda er liten

treffes en og blir lettere kjent, sier de. Det er mange bønder her, og dermed mange odelsgutter og odelsjenter som skal overta gårdene.

En av de som har vært her lenge, fortalte om integrering i bygda på følgende måte: For de som har vært flere sesonger i bygda, blir man mer og mer integrert. Første sesong blir det mest bransjetreff der man treffer andre sesongarbeidere, andre sesong går man gjerne på litt andre ting i tillegg, og tredje sesong treffer man og kjenner igjen lokalbefolkningen, blir på hils og blir mer kjent. I Hemsedal beskrives glidende overganger mellom en sesongarbeider og en innflytter. Der er det mange som har vært i flere sesonger og ganske mange som etter hvert har etablert seg mer fast, kjøpt hus og fått fast jobb og familie.

De som opplever bygda gjennom hele året, erfarer at de blir bedre kjent med bygdefolket enn de som bare er der vinterstid, og de betegner de lokale ungdommene som positive. Motsatt har disse sesongarbeiderne også følelsen av å bli oppfattet positivt av de lokale, og sier at de blir møtt med holdningen at det er bra at de kommer til bygda. De voksne kan imidlertid ha en tendens til å skule på sesongarbeiderne som gruppe dersom det skjer noe kriminelt, bruk av stoff i bygda etc.

Sesongarbeiderne mener at Hemsedal kommune har hatt veldig fokus på at ungdom skal komme til bygda for å feste og de synes det er lite kulturtilbud her, - men er glad for at kinoen nå kommer igjen. I likhet med ungdom på Geilo er de ganske opptatt av at de ikke har noe å gjøre bortsett fra jobb, stå på ski og feste. De blir dårlig interegret i det sosiale miljøet i bygda, og de savner andre kultur- og fritidsaktiviteter. Her kunne de truffet annen lokal ungdom rundt interesser, de kunne fått mer innhold i fritiden sin og de kunne være en ressurs for disse miljøene. Ett eksempel som trekkes fram er at kvinnelige sesongarbeidere er hanket inn som trenere på trim/aerobic, og at dette har vært vellykket. Men ellers virker det ikke som det lokale kulturlivet har gjort noen framstøt for å invitere denne gruppen ungdom inn i bygdas aktiviteter og møteplasser.



## 5.6 Sosial omgang med innflyttere og moderne nomader?

Det er en viss innflytting, men også stor videreflytting i disse kommunene, noe som innebærer gjennomtrekk av single eller familier; begge kommunene tiltrekker seg også voksne og familier med barn/ungdom som for en kortere tid bor der. Det er lett å få jobb der, særlig for ufaglærte. Det er en uensartet gruppe som vi kan betegne som moderne nomader.

*”Det er spesielt her: vi har unger som er her ett år, så flytter de. Hvordan skal vi integrere dem? I begge kommunene møter vi ansatte som føler på dette ansvaret, særlig av hensyn til barna og de unge i familien. Men ettersom enhver etablering av nye relasjoner tar tid, - det er noe som gradvis bygges opp og som er en slags sosial investering, så blir midlertidigheten en barriere. ”Hver vinter kommer det nye folk. Hvert år blir vi mindre interessert i å bli kjent med dem”, sier en av de voksne i Hemsedal. Dette går særlig ut over barn og unge, som i liten grad blir integrert i de organiserte fritidsaktivitetene som de fleste lokale ungdommene er med på, enten det er i skigruppene, ballspill, kulturskolen eller i ungdomsklubbene. I lys av den betydningen disse aktivitetene har som sosiale møteplasser, betyr dette at de i liten grad brukes av ”nomadene”. De fleste viser liten interesse for å bli integrert i det som bygda har å tilby. Dette kan gå begge veier ved at verken de midlertidig bosatte eller lokalbefolkningen investerer noe særlig i å etablere sosiale bånd.*

De moderne nomadene representerer i en del tilfelle også utfordringer for det lokale hjelpeapparatet, noe som kom fram i begge kommunene. I Hol kommune kommune sies det slik: *”Vi har litt større gjennomtrekk av familier i risikosonen...her kan mange få ufaglært jobb...Vi har sett mye av unger som er her ca. 1 års tid, så reiser de videre”. I barnevernet ser de gjennomtrekket: ”...det går ett år, så flytter de”. Videre: ”Det er et sårbart system med mye inn- og utflytting”. ”Miljøet er så lite. Alt influerer...Du kan ikke velge venner fra andre steder. Du tar med deg problemet”.*

Den kontinuerlige strømmen av nye folk – *”bele vinteren kommer det nye folk”* – bidrar ikke bare til sosial integrasjon. Det fortelles at innflyttere finner hverandre, og at det for eksempel er svenske ”kolonier”. Dette gjelder særlig Hemsedal, og det er lite fremme i intervjuene på Geilo.

Den store boomen i utbyggingen av hytter, og dels leiligheter og hoteller de siste åra, har også ført utenlandske håndverkere til Geilo og Hemsedal. Blant disse finner vi både single personer og familier. Det synes som dette gir seg ulike utslag i de to bygdene. I Hemsedal er ikke dette et tema blant ungdom, men blant voksne i kommunen som plutselig må forholde seg til familier som kommer og må få plass i skole og barnehage, og som ikke kan språket.

På Geilo er dette noe de eldre ungdommene tar opp (uten at vi har bragt det på bane). Utelivet med mange single utenlandske håndverkere, der enkelte av dem viser en annen festekultur og en sjekkekultur med et annet syn på jenter, skaper en del utrygghet og problemer. Dette tydeliggjør kulturelle forskjeller som kan fungere som skillelinjer og barrierer for kontakt og sosial integrasjon. En av jentene fra Geilo i første halvdel av 20-åra sier at *”jentene her føler seg litt utrygge... får taxi helt hjem”*. Og videre: *”Det er ingen jenter som tør å gå alene hjem lenger”*. En annen uttalelse presenterte vi som sitat i spørreundersøkelsen: *”det er ikke trygt å gå gjennom sentrum på fredags- eller lørdagskveld”*. Men det viser seg at denne opplevelsen ikke deles av et flertall av de unge; over sytti prosent sier seg uenige. (Men de aller fleste av de som besvarte surveyen er i ungdomsskolealder, dvs. at de er for unge til å oppleve dette som del av utelivet).

Også sesongarbeiderne på Geilo er opptatt av dette som et problem. *”Skaper utrygghet, mye bråk”*, skriver en av de norske guttene på 23 år. Den fremmede sjekkekulturen gjør at jenter på Geilo føler seg utrygge. Dette er en indirekte konsekvens av den sterke satsingen på turisme. Det er eksterne gjestearbeidere som i svært liten grad har kontakt med lokalbefolkningen. Unge som jobber på hotell forteller at når de utenlandske håndverkerne ikke kommer inn på utesteder, så prøver de seg på hotellene. Dette har blant annet ført til at flere hotell har gått sammen om en avtale med et vaktelskap. Dette har hjulpet: *”det har kommet seg veldig etter at vi kastet ut den første”*.

Men våre samtaler med lennsmannskontoret om dette temaet avdekker ingen konkrete saker, det har mest vært episoder som utslag av brakkesjuka og en utagerende drikkekultur.

## 6 Baksiden av turistmedaljen

### 6.1 Attraktivitet og avhengighet

Geilo og Hemsedal er store turistdestinasjoner og således ulike mange andre norske bygdekommuner. Når vi har hatt fokusgruppeintervjuer og samtaler med lokal ungdom, har vi brukt kontrasteringen som hjelpemiddel for å tydeliggjøre det spesielle ved disse to bygdesamfunnene. Vi har inviterte dem inn i en tankemodell der Geilo og Hemsedal sammenlignes med en gjennomsnittlig norsk bygdekommune av samme størrelse, men uten noe turisme å snakke om. Da blir kontrasten tydelig og det særegne ved deres hjembygder lettere å se.

Gjennom de unges blick – og noen voksne nøkkelpersoner – viser vi hvordan oppvekst i en turistdestinasjon har både positive og negative sider. Kommunenes faglige ansatte og politikere møter en del dilemma i spenningsfeltet der de skal forsøke å forene de ulike interessene og behovene.

*”Det er mest positivt med turistene, men noen bakdeler”,* sa en av elevene på videregående. Det er særlig i vintersesongen at ulempene erfares, på sommeren er livet roligere og stedene stillere. De aller fleste, både unge og voksne, gir uttrykk for at ulempene er noe de må ta med på kjøpet når det er så mange fordeler; *”vi lever jo av turistene”,* er det mange som sier. Ungdom i ulike aldre, fra ungdomsskoleelever til de eldre ungdommene, ser klart hvor avhengig bygda er av turistene og alt det fører med seg av arbeidsplasser og inntjeningsmuligheter. Spørsmålet blir da om en kan redusere ulempene, og om det er vilje til å gjøre det. Forutsetningen er at ulempene identifiseres og at det lokalt blir legitimt å ta dem opp til seriøse drøftinger. Denne rapporten bør kunne bidra til det. Men det har også vært viktig å synliggjøre

---

positive effekter utover arbeidsplasser og inntjeningsmuligheter, for at bildet skal bli mer helhetlig.

## 6.2 Ulemper ved turismen og turistene: følelse av fortrenghet

De unge nyanserer turistbegrepet ved å påpeke at turister er alt fra de hyggelige hyttefolka som har vært her i fire generasjoner og føler sterk tilknytning til stedet, til "one-night-stand"-turisten som bare kommer for å feste og som kanskje ikke en gang har ski med seg. Mellom disse ytterpunktene finnes alt fra fotturister, Skarverendeltakere og aktivitetssugne småbarnsfamilier til utenlandske bussturister på gjennomreise, hotellgjester i påsken og nyrike hyttepalasseiere som nylig har etablert seg.

Da vi startet dette prosjektet var det voksnes bekymringer for uheldige påvirkninger ved turistfestingen og det sterke materielle fokuset på utstyr og klær, altså adferd og holdninger, som først og fremst ble artikulert. Gjennom datainnsamlingen ble det klart at det er andre negative konsekvenser eller effekter som oppleves som vel så viktige ulemper av de unge selv. Disse ulempene er knyttet til at hjemstedets kvaliteter forringes og at turistenes dominans og fortrinnsrett får de unge til å føle seg kollektivt mindre verdsatt og betydningsfulle for lokalsamfunnet. Slik blir den symbolske betydningen svært viktig, og en bør spørre seg – og ungdommen – hvilke konsekvenser dette kan ha.

### 6.2.1 Horder av turister som lager bråk eller dominerer

Mange har en del negative erfaringer og synspunkter på turistene. De unge i Hemsedal framhever særlig at turistene bringer med seg mye dritt, fyll, bråk, hærverk, innbrudd og vold. (*Bråketete besøkende*). Dette er nesten ikke fremme i de unge holinegenes syn på turistene på Geilo. Der er det imidlertid et annet ganske utbredt syn på turistene; nemlig at de inntar en dominerende plass, at de er veldig mange, og at de tar fra dem området og stedet ved at de "tror de eier hele Geilo". I diskusjonen kom det klart fram at de syntes det på Geilo ble tatt mer hensyn til turister enn til lokalbefolkningen, noe de syntes ikke var riktig. Det er mange, både ungdomsskoleelever og elever i videregående, som ga uttrykk for

dette (og uten at vi overhodet bragte det på bane). De opplever at turistenes ønsker og behov veier tyngre enn lokalbefolkningens (*Dominerende inntrengere*).

I visse perioder er det selve mengden av turister som kan være en plage, men på ulikt vis. Begge steder deler de fleste unge oppfatningen at det blir ”*trangt i skibeisen og ellers i bygda*”, men dette er klart mer utbredt på Geilo. Sentrumsområdet og butikkene der fylles av turister, og lokalbefolkningen forteller at de prøver å unngå å handle der på visse tidspunkter. Ofte er det parkeringskaos, men den nye planen for sentrumsområdet som er i ferd med å realiseres vil kanskje bøte på noen av trafikkproblemene.

I Hemsedal sentrum er det imidlertid festingen etter at turistene kommer fra bakken som fremheves som plagsom. I en del vinterhelger, romjul og påske er mengder av unge og unge voksne turister i sentrum fra after-ski-tiden og utover. Mange av serveringsstedene er lokalisert i heisområdet utenfor sentrum (og kommunen har vedtatt av hovedtyngden av utbyggingen skal skje der), men det er likevel flere steder i sentrum lokalisert langs den ene hovedgata. Dette er samtidig gjennomfartsveien til Vestlandet, og flere unge påpeker at det er et under at det ikke er skjedd noen alvorlige ulykker når festglade unge i visse perioder invaderer sentrum 16-tida. Der dominerer de plassen til 3-3.30 tida om morgenen. Sjenkingen stenger kl. 2. ”*Den borden som tar over sentrum!*”, sier en av de voksne innflytterne som har slått rot i bygda. ”*De turer frem som de vil...*”. Det fortelles om unger som ikke får lov å gå på kiosken å kjøpe lørdagsgodteri på ettermiddagen, pga. alle berusede tilreisende. Mange ungdomsskoleelever har restriksjoner på å oppholde seg i sentrum i helgene i sesongen. Dette er ikke en problematikk på Geilo, noe som kanskje er beskrivende for forskjellen mellom disse to bygdesentrum.

En av ungdommene skriver: ”*Stapper full bygda med mest mulige turister. Trangt i skibeisen og ellers i bygda. Driver hærverk og ikke alle oppfører seg fint. Mye fyll. Får ikke plass til Hemsedolene*”. En annen skriver at turistene står for ”*Mye bråk, fyll og importert dritt*”, mens en tredje skriver at det blir ”*For mye drikking, vold og bråk i vintersesongen*”. Det siste av disse ungdomssitatene ble presentert i spørreundersøkelsen, og tre av fire er enige i dette. Ungdommene på Geilo deler ikke i like stor grad denne oppfatningen, selv om noen flere er enige enn i uenige at dette gjelder hos dem. Men i

intervjuene vi hadde med unge fra Hol kommune var ikke dette noe tema. Problemet er – oppleves å være – klart mindre på Geilo.

## 6.2.2 ”Tror de eier bygda vår...”

En ting er at turistene er mange eller at festekulturen oppleves som en ulempe visse deler av året. En annen ting er en del turisters adferd og de holdninger til lokalbefolkningen som de unge mener denne adferden signaliserer. Dette var et tema de unge selv bragte på bane, og det kom mange utsagn av denne typen som ungdom skrev ned som svar på et åpent spørsmål om turismen, som:

Noen tar seg litt for mye frihet, og de tror de eier bygda vår

De kommer hit og later som de eier alt sammen!..de kan ta litt hensyn til oss lokale

De slenger fiskestanga overalt..tror de kan kjøpe seg ut av enhver situasjon

Noen av dem innbiller seg de kan gjøre hva de vil når de kommer hit. Parkere hvor de vil

I små og store sammenhenger har ungdom i disse bygdene erfaringer som bygger opp om slike opplevelser med turistene. ”*Turistene...de tar seg til rette, de dominerer helt i sesongen, går foran oss i koen og sånn*” Dette støtter et klart flertall av de unge opp om, og særlig var dette utbredt på Geilo (der er 91 prosent enige i sitatene – fordelt på 66 prosent ’helt enige’, og om lag 25 prosent ’litt enige’, mens de tilsvarende tallene for Hemsedal var 51 prosent enige, - fordelt på 33 prosent ’helt enige’ og 18 prosent ’litt enige’). Hva forteller dette? For det første forteller dette, slik de unge selv snakker om det, at de får erfaringer med ikke å bli behandlet med respekt av turistene som er på besøk ”hjemme hos dem”. Noen sier de føler seg sett ned på, som dårligere. At dette har en viss implikasjon for unges trivsel og psykososiale velferd, synes helt klart, selv om det er mer som gruppe, som lokalbefolkning, de opplever dette. For det andre forteller det kanskje at en del av turistene på Geilo mangler vanlig folkeskikk? At de er litt ego-sentrerte og ikke tar hensyn til andre? En av Geilo-ungdommene skriver rett ut at det er ”*Altfor mye klysete folk i feriene*”.

Men at ”*Turistene har førsteretten på alt, fastboende har ingenting de skulle ha sagt*” er ikke alle enige i; 45 prosent er faktisk uenige. Men ser vi på Hol og Hemsedal hver for seg, får vi befestet at dette langt på vei er et Geilo-problem. Der sier 47 prosent seg ’helt enig’ og 25 prosent ’litt enig’, totalt 72 prosent enighet. I Hemsedal er tilsvarende tall hhv. 7 prosent og 35 prosent, altså totalt 42 prosent enighet.

### 6.2.3 Fortrenges fra boligmarkedet?

De unge opplever også å bli fortrenget til fordel for turistene på en annen måte som antakelig er langt mer alvorlig på lang sikt. Turistvirksomheten bidrar sterkt til at prisene på tomter, hus og leiligheter presses i været i disse to kommunene, og dette fører til at det blir vanskelig for unge voksne å skaffe seg et sted å bo.

”*Hvor skal vi lokale bo? I Geilo sentrum presses prisene i været?*”. Dette var et viktig tema da vi snakket med eldre ungdom som i dag er bosatt der. De snakket seg imellom om hva som finnes av muligheter i dag, og at de ikke er store. ”*Det finnes noen ledige leiligheter i Vestlia, men de koster jo litt*”. Litt i denne sammenheng betyr mye. Tomter for å bygge hus er også en dyr affære, vertfall om en skal bo i eller i nærheten av Geilo sentrum. De etterlyser en tomtepolitikk, for ”*det koster 10.000kr. pr.mål i Hovet (en av grendene) og 500.000kr. pr.mål her på Geilo*” hevder de. I Hemsedal er også bolig- og tomtepriser steget betydelig i kjølvannet av turistutbyggingen. Der forteller rådmannen at det er et veldig høyt press på boligtomter, og at prisene på leilighet ligger 30 prosent over Gol, som er et større sted og regionsenter i øvre Hallingdal. ”*En bruker relativt sett mer penger på å bo her i Hemsedal*”, sier han, og legger til at det er en stor utfordring å skaffe unge voksne rimelige boliger.

Det er tydelig at dette er noe det snakkes om, noe de unge bryr seg mye om og som opprører dem. ”*Det er jo mange som gjerne vil bli her, men som ikke har noe sted å bo*”, sier en av de unge på Geilo. ”*Hvorfor ikke bygge leilighetskompleks til fastboende?*” sier en annen. Samtalen avdekker også at dette faktisk er et forhold som gjør at de føler seg lite ivaretatt i sitt eget lokalsamfunn, at turistene betyr mer enn dem. ”*Ja, tror vi kunne bodd her (som voksne) men de glemmer hele lokalsamfunnet...blir ikke lagt til rette i det hele tatt?*”, sier en av holinegene. Følelsen av at de glemmes, gjennom at det ikke blir lagt til rette for de lokale unge, deles av mange; 80 prosent er enige (43

prosent er helt enige og 37 prosent litt enige). Dette er ikke like utbredt i Hemsedal, men også der er det halvparten av de unge som er helt eller delvis enige i dette.

For de unge selv er ikke dette bare et økonomisk og praktisk problem. Likeså alvorlig er det, slik vi fortolker det de sier, at de for det første får en mer negativ holdning til turister, ettersom det er de som er årsaken til dette. For det andre føler de seg mindre verdifulle enn turistene, at kommunen eller lokalsamfunnet ikke i tilstrekkelig grad verdsetter den unge voksgenerasjonen som er "deres egne". Symboleffekten av dette kan derfor være tung. For kommunene kan dette få betydning for rekrutteringen av unge voksne, for å klare å holde på dem eller få dem til å flytte tilbake til hjembygda.

På Geilo er de dyre boligprisene dels et resultat av at boplikten i sentrumsområdet ikke overholdes, - ikke er mulig å overholde, som sentrale folk i kommunen uttrykker det. Mange hus og leiligheter kjøpes opp av eksterne folk (inkludert foreldre til elever ved NTG- Toppidrettsgymnaset, som etter at ungene er ferdige der bruker boligen som feriested). Dermed skrus prisene i været siden etterspørselen og kjøpekraften blant utenforstående er så stor. I praksis er det svært vanskelig å sjekke at boplikten overholdes. Et annet forhold er at folks fleksible jobber gjør at flere og flere får to bosteder, og bruker ferieboligen mer. Men en del boliger står tomme store deler av året. Nylig ble det sendt brev til eiere av 250 hus og leiligheter i Hol kommune (104 av dem på Geilo) der det ikke bor noen fast. 103 svarte, og av disse var nesten alle arvede boliger, dvs. at det var opprinnelige Geilo-folk som bor andre steder, men som bruker boligen som feriested i hjembygda. Også dette er uttrykk for en stedstilhørighet til hjembygda; et positivt fenomen, men som har en bakside ettersom det blir "mørke vinduer" i mange boliger store deler av året.

### 6.3 Ødelegger bygdemiljøet og naturen med for mye utbygging

De unge er opptatt av hva turismen gjør med hjembygda deres, både når det gjelder den flotte naturen og bygdemiljøet. Naturkvalitetene er selve grunnlaget for at Geilo og Hemsedal er store turistdestinasjoner. I likhet med mange voksne er de unge



engstelige for at for stor utbygging og for mange inngrep kan forringe disse kvalitetene, også for lokalbefolkningen. De er både opptatt av at det blir ”for mye slitasje på naturen”, og at ”for mange hytter i fjellet ødelegger naturen”. Det er imidlertid oppfatninger som er klart mer utbredt på Geilo/i Hol enn i Hemsedal. For eksempel får utsagnet ”Veldig mye hyttebygging, noe som gjør det utrivelig” oppslutning av 88 prosent av de unge fra Hol (og hele 62 prosent av disse er ’helt enige’), mens 60 prosent av de unge Hemsedølene er enige (men bare 22 prosent er ’helt enige’).

Bygdekulturen er også utsatt, den er både knyttet til naturen, bruken av naturen og til bygdemiljøet som kultur. En av de unge fra Hol sier dette om Geilo som turiststed og bosted: ”Når byfolka kommer hit så blir det mer bymiljø. Flere folk. Men vi som bor her på bygda vil jo ha bygdemiljø. Det er jo derfor vi bor her”. Mange sambygdinger er enige i dette, (hele 73 prosent er enige, hvorav 44 prosent ’helt enige’). Igjen ser vi at dette er noe som i større grad skjer på Geilo, selv om hemsedølene også langt på vei stiller seg bak en slik oppfatning om hjembygda si (der 56 prosent var enig, men av disse var bare 13 prosent ’helt enige’).

For framtidig planlegging og utvikling av disse bygdene er dette klare beskjeder til voksne aktører. Unge mennesker er ikke bare opptatt av forandring, trender og modernitet. De er også opptatt av tradisjonelle kvaliteter ved hjembygda si. ”Bør ta vare på naturen og det gamle her”, skrev en av de unge hemsedølene. Få er uenig i dette, og mest enig er faktisk de unge i Hol/Geilo; der er hele 64 prosent ’helt enig’ og 35 prosent ’litt enig’.

## 7 Turistdestinasjonen som arbeidssted og bosted i framtida?

### 7.1 Innledning

Unge stedsidentitet og tilhørighet er et viktig aspekt i denne studien. Hva betyr dette for de lokale ungdommene som etter hvert skal ta stilling til spørsmålet om å etablere seg i hjembygda som voksne? For kommunene er den framtidige bosettingen og befolkningsutviklingen av vesentlig betydning. Det lokale arbeidsmarkedet spiller en avgjørende rolle. Det er lett å få jobb i turist/reiselivsnæringen ved siden av skolen, men ser de lokale unge for seg en framtid i denne næringen? Dersom de skal tenke seg en framtid i bygda, hva er da andre viktige kvaliteter for dem? Det er bare ti-femten år til dagens ungdom kommer i denne valgsituasjonen. Hvordan er trendene: hvor tiltrekkende er Geilo (Hol kommune) og Hemsedal for folk som i dag er i etableringsfasen? Hva forteller ny statistikk oss om dette?

### 7.2 Turismen gir gode jobbmuligheter for både voksne og skoleungdom

Reiselivsnæringen og turisttrafikken fører med seg mange jobber i disse bygdene, både jobber som direkte er knyttet til denne næringen og jobber som genereres av denne. I kapitel 2.2 (Utdanningen og sysselsetting) viste vi dette. Det er med andre ord et arbeidsmarked for de unges foreldre og andre voksne i lokalbefolkningen som er bedre enn i mange andre bygder. Dette

må således sies å være en indirekte positiv effekt for unges mentale trygghet og materielle sikkerhet.

På Geilo og i Hemsedal er det dessuten mange jobber for ungdom, og de gis muligheter til å jobbe fra tidlig ungdomsalder. De fleste av ungdommene vi snakket med på videregående hadde sesongbetong jobb enten i skiheisen, på kafeene som ryddehjelp, i butikkene eller med barnepass på hotellene (for gjestene som ville ut). Tidligere var det også jobber med å kjøre hyttefolket inn med scootere, men nå er dette løyveregulert.

Om lag tre fjerdedeler av de unge begge steder er helt eller delvis enige i at det er gode jobbmuligheter for ungdom der de bor. Siden surveyen i hovedsak er besvart av ungdomsskoleelever, tre fjerdedeler av dem er i 15-16-årsalderen, er det overraskende at nesten 40 prosent av dem sier de har ”jobbet en god del” i løpet av denne vintersesongen og 25 prosent har jobbet litt (hatt jobb ved siden av skolen). Ungdomsskoleelevene oppgir at de jobber på bensinstasjon, i kafeteria, matbutikker, oppvaskhjelp på serveringssteder, ryddehjelp i butikker, vareopptelling, i klesbutikker, med måking og søppelkasting, rengjøring av utleiehytter, servering, barnepark i heisen, heisfører og skiutleie.

Mange av de vi snakket med i 10.klasse i Hemsedal hadde jobber ”i heisen”, og det er ikke uvanlig å starte alt fra 13-årsalderen. ”*Det er sinnsykt lett å få jobber for ungdom*”, forteller en av de unge på videregående. Også på Geilo er det et jobbmarked for de unge ”*Bra jobbmuligheter for ungdom*”. ”*Ungdom her jobber mye*”, sier voksne på Geilo.

En av fordelene ved turismen er altså jobbmulighetene det gir for den lokale ungdommen. Det synes å være en vinn-vinn-situasjon, for som en 17 år gammel jente sier: ”*Jobbmulighetene er nok gode for ungdom i Hemsedal...kanskje fordi det blir billigere for arbeidsgiver, spesielt i skianlegget tror jeg*”. Begge steder er det særlig vintersesongen som byr på jobbmulighetene, og bedriftene baserer seg i stor grad på tilreisende unge sesongarbeidere og lokal ungdom. Men de litt eldre ungdommene sier ”*Jobb i heisen er for dårlig betalt, det er derfor ingen gidder*”.

Selv om det er lett å få jobb relatert til turist/reiselivsnæringen, og det er mange type jobber, er det noen som synes at det er ”*få jobber å velge mellom, lite variert*”. Utsagnet stammer fra en ungdom fra

Hemsedal, og 26 prosent av de andre derfra er helt enige og 48 prosent litt enige i dette. Ungdommene fra Hol deler langt på vei dette synet, men det er ikke fullt så fremtredende der.

### 7.3 Eksempler på framtidorienterte tiltak

I Hemsedal jobber kommunen aktivt for å motivere unge til yrkesfaglig utdanning, siden dette kan nyttiggjøres i det lokale arbeidsmarkedet. Med erkjennelsen om at *”ber er vi mer enn andre steder i ferd med å utdanne unge ut av dalen”*, har rådmannen satt i gang systematisk arbeid rettet mot ungdomsskolen. Hensikten er å rette oppmerksomheten mot yrker som håndverker, omsorgsarbeider, kokker o.a. og orientere om kommunen som arbeidsplass og arbeidsgiver. Mens det før har vært tradisjon at veldig mange unge i arbeidsuka var utplassert ”i heisen”, dvs. virksomheter i og rundt ski - anlegget, finner de nå andre alternativer for å forsøke å forankre dem mot andre yrker. ”Heisen” er likevel ikke et fremtidig arbeidssted for særlig mange.

Også mot eldre ungdom som er ute har det vært tiltak; som ”Valhallprosjektet”: gjennom direkte kontakt med Hallingdals-ungdom i Oslo ble det gitt informasjon om private og offentlige arbeidsplasser- og muligheter i alle kommunene her oppe. Men det var ifølge rådmannen ikke særlig vellykket.

I Hol finner vi et lignende initiativ, men sprunget ut fra privat sektor. Det største hotellet på Geilo, Dr. Holms hotell, som også er en sto arbeidsgiver, har i 11 år hatt en partnerskapsavtale med Hol ungdomsskole. Avtalen avstedkommer prosjektet ”Skole og næring”, og skal synliggjøre reiseliv og hotell for lokal ungdom. Kokkelæringene på Holms er på ungdomsskolen og lærer dem å lage mat, og de unge er på hotellet på utplassering, etter at de har vært gjennom en ”søke-på-jobb”-prosess. Hotellet inviterer både ungdom og deres foreldre til presentasjoner av ulike yrker i denne næringen. Pågangen av unge fra stedet som er interessert i å jobbe i næringen varierer en god del, i følge ledelsen på hotellet. Men selve partnerskapsprosjektet betegnes dette som vellykket. De har da også fått Buskerud fylkes ”Partnerskapspris”.

## 7.4 Ser de seg selv i reiselivet i framtida?

Hvilke forestillinger danner de unge seg om et framtidig arbeidsliv i bygda? Det er grunn til å stille spørsmålet om fraværet av norske ungdommer i turist- og reiselivsnæringen sender signaler til de lokale unge at dette ikke er attraktive nok arbeidsplasser? Det er nemlig påfallende at det blant unge ufaglærte sesongarbeidere, både på Geilo og i Hemsedal, er mest svenske og danske ungdommer. Dette er unge som jobber en stund før de går i gang med utdanning eller staker ut en yrkesvei. En bør også spørre om det er omstendigheter ved sesongarbeidernes arbeidsforhold som har en negativ signaleffekt? I begge bygdene er det en del eksempler på til dels svært dårlige boforhold for sesongarbeidere. Noen hotelleiere, som for eksempel på Dr. Holms hotell på Geilo, har brukbare boligkomplekser, selv om de bor ganske tett. Andre må ut på det åpne markedet, og ender i en del tilfelle opp med elendige bosteder. *”Veldig gammelt. Veldig nedslitt. Veldig overpriset. Som regel en kjellerleilighet”*, sier en av sesongarbeiderne i Hemsedal for å karakterisere en del av de boligene de tilbys. Også dette er del av det bildet de lokale ungdommene får av arbeidet i reiselivet, selv om det for dem ikke er boliger som er problemet så lenge de bor hjemme. De til dels elendige boforholdene kan komme til symbolsk å markere jobb i denne næringen som lavstatus.

Noen av de lokale unge sier at *”den dagen de får barn så tenker de å komme tilbake til Hallingdal”*. Det spørs. Jobbmarkedet betyr mye for dagens unge. Her er det *”få jobber å velge mellom, lite variert, men ikke spesielt vanskelig å skaffe seg en”*. En annen er inne på noe av det samme: *”Litt lite utfordrende i forhold til jobbsituasjon”*. Dette er ikke viktig bare for den enkeltes arbeidsliv eller for kommunens befolkningstall, det er også viktig for kommunens befolkningsstruktur i vid forstand. *”Vi mister mange av ressursene våre som kunne være kulturbærere – i vid forstand”*, påpeker en av lederne i kultur- og fritidslivet i Hol. *”Bolysta avhenger av hvem andre som er her av jevnaldrende – og de litt eldre ungdommen”*.

Kommune har altså en dobbel utfordring: både å få flere lokale til å ta yrkesrettet utdanning som retter seg mot ulike jobber i turist- og reiselivsnæringen, og å få flere med høyere utdanning til å etablere seg der, enten det er tilbakeflyttere eller innflyttere. Når tilgangen på arbeidsplasser som krever høyere utdanning er

begrenset sammenlignet med byene, vil etablererhjelp til å skape seg sin egen arbeidsplass bli desto viktigere.

Dette er for øvrig i tråd med forslagene fra det såkalte Bolystrådet som Kommunal- og regionaldepartementet opprettet for å få råd om hvordan distrikts- og regionalpolitikken bør innrettes mot unge i utdannings- og etableringsfase. Unge voksne bygdeungdommer kom med en lang rekke forslag til hva som måtte til for at unge skulle velge å bosette seg i bygde-Norge. Gunstige rammebetingelser og hjelp til å skape sin egen arbeidsplass var viktig. Ikke bare skaffe seg en jobb, men skape seg en jobb ([www.regjeringen.no/nb/dep/krd](http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd)).

## 7.5 Tanker om framtida – kvaliteter ved bygda.

Våre intervjuer avdekker at kommunene også må ha andre forhold enn arbeidsmarkedet i tankene; utviklingen på det lokale boligmarkedet er også av stor betydning. I kapittel 6.2.3 beskrev vi hvordan en av konsekvensene av turistvirksomheten er at bolig- og tomtepriser er presset i været. Mange lokale unge blir derfor presset ut; det er blitt dyrt å etablere seg og finne en bolig eller tomt til akseptabel pris i hjembygda når det er så stor aktivitet i byggebransjen rettet mot turistene. Dette bidrar tydelig til at følelsen av å bli fortrent fra boligmarkedet også gir en følelse av å fortrennes fra bygdelivet i framtida. ”*Tenk på de som vil komme tilbake å etablere seg her...og vil bo her! Ikke glem oss!*”, var det en som skrev. Spørreundersøkelsen bekrefter at dette er 92 prosent av de unge holinegene enige i (hvorav hele 60 prosent er ’helt enige’). Dette er viktig for dem! Men også i Hemsedal er de unge opptatt av dette; 77 prosent er enige (men her er det bare 36 prosent som er ’helt enige’). Det er altså en viss forskjell på Geilo og Hemsedal, noe også andre resultater fra undersøkelsen bygger opp om.

Det er forskjell på om unge mennesker sier de kan tenke seg å bo i hjembygda som voksne og hva de faktisk gjør når etableringsfasen kommer. Derfor er spørsmål om framtidig bosetting ikke spesielt egnet til å forutsi bosetting, utflytting og tilbakeflytting. Men vi kan spørre dem om hva som er viktige forhold: ”*Hva skal til for at du kunne tenke seg å bo i hjembygda di som voksne?*” Dette fikk de et åpent spørsmål om i spørreundersøkelsen, slik at vi ikke skulle påvirke dem med svaralternativer. De unge har skrevet mye på dette åpne

spørsmålet. Det er ikke mulig å kvantifisere, men kategorisere og gjengi noen typiske og talende sitater.

### 7.5.1 Hemsedal

*Arbeidsmulighetene* får naturlig nok relativt stor plass; at det skal bli ”Flere muligheter til arbeid (ikke bare butikker)”; ”At det er gode og varierte arbeidsplasser og at det skjer noe hele tiden”; ”Gode jobbmuligheter tilpasset interesser”.

De unge i Hemsedal er dessuten opptatt av å bevare *natur - og bygde kvaliteter*: ”Bra miljø – bevare naturen og bygda – beholde alt det andre som trekker turister”. Men det er samtidig viktig at store uberørte områder opprettholdes som de er i dag: ”At det fortsatt går an å gå i naturen, at det ikkje er hytter der”. Skimulighetene som denne bygda byr på er det ganske mange som fremhever: ”At det blir like bra/bedre ski- og naturmuligheter”.

Å tenke på bosetting som voksne er avhengig av *boligmuligheter* som måtte finnes der, og det påpekes blant annet at det må bli ”Billigere tomter/hus” og ”Større leilighetsområder...”.

Ellers er det først og fremst verdier og kvaliteter knyttet til *oppvekstmiljø og fritidsmuligheter* som er viktig for at de skal kunne tenke seg å bo der: ”At det trygge og fine miljøet fortsetter å vere trygt for barn og unge”; ”Trygt oppvekstmiljø for barn. Flere tilbud, både innen kultur og idrett, til barn og unge”; ”Bra og trygt sted for barn i oppveksten. Bra utvalg av aktiviteter”; ”Bra kulturtilbud og skole”. Ellers nevnes det konkret skiheisen, innendørs forballbane, svømmehall og treningssenter for både gutter og jenter.

En sier det slik: ”Vere ganske som det er !!!”

### 7.5.2 Geilo

*Arbeidsmuligheter*. Ungdom fra Hol er på samme måte som hemsedølene opptatt av ”At det blir et mer variert jobbtilbud, og et jobbtilbud jeg kan se for meg selv i”. Men de peker også på muligheter og forutsetninger for å skape seg sin egen jobb; ”At kommunen satser på støtte og hjelp til nyetablerere”.

*Oppvekstmiljøet og fritidsmulighetene* er også noe som ganske mange nevner: ”Bra miljø for barn. Hyggelige naboer”; ”Godt oppvekstmiljø for evnt. barn, ha gode venner der og godt miljø. Hadde det vært litt meir aktiviteter til ungdommen sånn at dei ikkje hadde gjort hærverk”. En av de unge retter søkelyset på de materielle sidene ved oppvekstmiljøet som intervjuene med ungdom og (særlig) voksne dreide seg om: ”Dessuten bør kommunen ha mer fokus på barn og ungdom, med tanke på miljøet blant dem. Det er ikke alltid like lett å være ”ordinær” på Geilo når det stilles *materialistiske krav* til deg som du ikke kan innfri. Mobbing pga. hva du kler deg i og hva slags utstyr du har, mener jeg ikke hører hjemme noen plass!”

Ellers fremhever også ungdommen i Hol *naturkvalitetene* som en vesentlig faktor for at de skal kunne tenke på å slå seg ned på Geilo som voksne. Men de er langt mer kritiske til utbyggingen av hytter og leilighetskomplekser, og ser dette som en forringelse av steds kvaliteter og bomiljø for familier, slik som disse sitatene er et uttrykk for:

”Ta mye bedre vare på naturen. Stoppe all utbygging av hytter, og sørge for at de som bygger må bli fastboende”

”At turismen blir mye mindre. Er utrolig lei all turismen og utbyggingen”

”Man må ta vare på bygda, og bevare det som er. Ikke bygge ut alt for mye hytter og stygge feireleiligheter”

”Fortsetter turistene sin innflytning blir jeg ikke her”

”Ikke for mye hyttefolk! Fremdeles et godt lokalmiljø! Og det viktigste er at vi som bor i bygda får mer rettigheter enn hyttefolkene!!!”

## 7.6 Dagens trender: Fakta om kommunenes tiltrekning på folk i etableringsfasen

Oppvekstmiljøtematikken dreier seg også om å skape livskvaliteter og bokvaliteter som gjør at unge vil bosette seg i disse bygdene. NIBR (v/Kjetil Sørli) har i dette prosjektet brukt SSB's



flyttehistoriemateriale for å se nærmere på flytteprosessene for årskullene som nå er ferdig med etableringsfasen. Dette gir kommunene ny informasjon og et bilde av trendene og situasjonen.

I dag holder unge på med utdanning og flytter en del i forbindelse med jobb før de mer og mindre fast etablerer seg midt i 30-åra. Vi må derfor se på de som nå er midt i 30-årene for å få en sikkert bilde av flytte- og bosettingsmønstrene.

Vi presenterer altså data om 5 årskull eller alle som er født i perioden 1968-72. Våre databaser gjør det mulig å se bosetting og flytting for alle personer i to grupper: for det første alle de lokale som bodde i Hol og Hemsedal da de var unge (15 år) og som nå er i 35-årsalderen (33-37 år), og for det andre dagens lokalbefolkning i samme alderskategori.

Vi sammenligner Hol og Hemsedal, og har i tillegg data fra de andre kommunene i regionen og andre relevante regioner. Fordi det er klare forskjeller på menn og kvinner, har vi skilt på dette.

#### 7.6.1 Hvor mange har slått seg ned i hjemkommunen?

Tabellene nedenfor viser bosetting og flytting blant bygdefolket som vokste opp i Hol og Hemsedal kommuner. I hvilken grad blir de boende eller kommer tilbake til hjembygda som voksne? Og hvor stor andel har flyttet ut, de fleste antakelig for godt?

Tabell 7.1 *Bosetting og flytting blant 5 årskull menn født 1968-72 som bodde i kommunen som 15-åringer. Prosent av alle.*

MENN	Bofaste	Tilbakeflyttet	Utflyttet	Total
<b>Hol</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>50</b>	100%
<b>Hemsedal</b>	<b>63</b>	<b>7</b>	<b>30</b>	100%
Ål	41	12	47	100%
Gol	43	9	48	100%
Nes	40	16	44	100%
Flå	38	5	57	100%
Ringerike	45	15	40	100%
Drammen	33	18	49	100%
Kongsberg	38	16	46	100%

N= Hol 157, N= Hemsedal 56, N= Ål 184, N= Gol 170, N= Nes 154, N= Flå 42, N= Ringerike 1239, N= Drammen 5416, N= Kongsberg 1119

Tabell 7.2 *Bosetting og flytting blant 5 årskull kvinner født 1968-72 som bodde i kommunen som 15-åringer. Prosent av alle.*

KVINNER	Bofaste	Tilbakeflyttet	Utflyttet	Total
<b>Hol</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>58</b>	100%
<b>Hemsedal</b>	<b>42</b>	<b>17</b>	<b>41</b>	100%
Ål	16	17	67	100%
Gol	23	10	67	100%
Nes	23	23	54	100%
Flå	32	6	62	100%
Ringerike	33	19	48	100%
<i>Drammen</i>	25	20	55	100%
Kongsberg	31	18	51	100%

N= Hol 151, N= Hemsedal 70, N= Ål 166, N= Gol 187, N= Nes 144, N= Flå 34, N= Ringerike 1208, N= Drammen 5392, N= Kongsberg 1015

*Hol*: 50 prosent av guttene (40 prosent bofaste hele tiden + 10 prosent tilbakeflyttere) som bodde i Hol som ungdom, har nå som voksne slått seg ned i hjemkommunen. Dette gjelder 42 prosent av jentene (27 prosent bofaste + 15 prosent tilbakeflyttere). For guttene er dette 20 prosent lavere enn i Hemsedal og litt under gjennomsnittet for Ål, Gol og Nes, men høyere enn i Flå. Blant jentene som vokste opp i Hallingdal, er det flest fra Hemsedal, Nes og Hol som bor i hjembygda som voksne, færre i kommunene Flå, Ål og Gol.

*Hemsedal:* 70 prosent guttene (63 prosent bofaste hele tiden + 7 prosent tilbakeflyttere) som vokste opp der er nå bosatte hemsedøler. Dette gjelder 59 prosent av jentene (42 prosent bofaste + 17 prosent tilbakeflyttere). Dette er de høyeste tall for begge kjønn i Hallingdals - kommunene. De har også klart høyest andel som har vært bosatt der hele tiden.

*Om bofasthet:* For landet som helhet er det blant personer som nå må regnes ferdig med etableringsfasen (født 1968-72), slik at 38 prosent av mennene og 29 prosent av kvinnene hele tiden siden de var 15 år har vært bofaste i sin oppvekstkommune.

*Om tilbakeflytting:* I landet som helhet er den gjennomsnittlige tilbakeflyttingen til oppvekstkommunen for menn i denne aldersgruppen 16 prosent, for kvinner 19 prosent. Valdresregionen har til sammenlikning en tilbakeflytting blant menn på 14 prosent, mens Oslo/Akershus og Østlandet ellers ligger på 17 prosent. For kvinnene er tilbakeflyttingen 15 prosent til Valdresregionen, 18 prosent til Oslo/Akershus og 20 prosent til Østlandet ellers.

### 7.6.2 Hvor har de utflyttede slått seg ned?

De som ikke har etablert seg i hjembygda, hvor har de blitt av?

*Hol:* Både de utflyttede guttene og jentene har enten slått seg ned i Oslo/Akershus eller de er spredd rundt i landet for øvrig. De har mindre grad etablert seg andre steder i Hallingdal eller Buskerud for øvrig, selv om vi finner noen av kvinnene her.

*Hemsedal:* Omtrent det samme flyttemønsteret finner vi for utflyttede gutter og jenter fra Hemsedal.

### 7.6.3 Lokale og innflyttere i dagens lokalbefolkning i alderen 35-42 år

Hvor stor andel av dagens lokalbefolkning i denne aldersgruppa er opprinnelig fra bygda, og hvor stor andel utgjør innflytterne? Tabellene nedenfor gir et bilde av dette.

Tabell 7.3 *Andelen lokale og innflyttere i dagens lokalbefolkning. 5*  
 årskull **menn** født 1968-72. Prosent av alle.

MENN	Bofaste	Tilbakeflyttet	Innflyttet	Total
<b>Hol</b>	<b>44</b>	<b>10</b>	<b>46</b>	100%
<b>Hemsedal</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	<b>58</b>	100%
Ål	48	15	37	100%
Gol	43	9	48	100%
Nes	52	20	28	100%
Flå	43	6	51	100%
Ringerike	44	14	42	100%
Drammen	29	15	56	100%
Kongsberg	37	6	47	100%

N= Hol 144, N= Hemsedal 92, N= Ål 156, N= Gol 170, N= Nes 119, N= Flå 37, N= Ringerike 1273, N= Drammen 6228, N= Kongsberg 1147

Tabell 7.4 *Andelen lokale og innflyttere i dagens lokalbefolkning. 5*  
 årskull **kvinner** født 1968-72. Prosent av alle.

KVINNER	Bofaste	Tilbakeflyttet	Innflyttet	Total
<b>Hol</b>	<b>26</b>	<b>15</b>	<b>59</b>	100%
<b>Hemsedal</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>60</b>	100%
Ål	18	19	63	100%
Gol	25	11	64	100%
Nes	27	27	46	100%
Flå	42	8	50	100%
Ringerike	32	18	50	100%
Drammen	21	17	62	100%
Kongsberg	30	18	52	100%

N= Hol 158, N= Hemsedal 103, N= Ål 149, N= Gol 173, N= Nes 123, N= Flå 26, N= Ringerike 1264, N= Drammen 6309, N= Kongsberg 1038

*Hol:* Dagens mannlige lokalbefolkning i denne aldersgruppen består av 44 prosent bofaste, 10 prosent tilbakeflyttere og 46 prosent innflyttere. For kvinnene er disse tallene hhv. 26, 15 og 59 prosent.

*Hemsedal:* de samme tallene for menn er hhv. 38 prosent bofaste, 4 prosent tilbakeflyttere og 58 prosent innflyttere. Hemsedal har den

høyeste andelen innflyttere blant menn for de kommuner vi sammenlikner med her. For kvinnene er tallene hhv. 28 prosent bofaste, 12 prosent tilbakeflyttere og 60 prosent innflyttere. Andelen kvinnelige innflyttere skiller seg ikke mye blant kommunene i øvre Hallingdal.

I begge kommunene er altså innflyttere i flertall blant voksne i denne alderskategorien, med unntak av den mannlige befolkningen i Hol.

#### 7.6.4 Tiltrekningskraften på folk fra andre steder

Hvem har disse kommunene tiltrekningskraft på? ”Flyttemagneten” er en indikator for tiltrekningskraften en kommune eller region har på utflyttere fra en annen region. Hovedbildet er som følger:

*Hol:* både for menn og kvinner ”trekker” kommunen sterkest fra nabokommunen Ål og fra Gol, men for øvrig ikke fra de andre kommunene i regionen. Ellers ”trekker” Hol kvinner fra Ringerike, Valdres og Kongsberg/Numedalsregionen, noe Hemsedal ikke gjør. Et generelt bilde er at Hol har tiltrekningskraft på kvinner fra et større utvalg kommuner enn det Hemsedal har.

*Hemsedal:* Noen kommuner utpeker seg; for kvinnene Gol, Ål og Hol, i tillegg Drammens-regionen. Hemsedal ”trekker” i større grad enn Hol kvinner fra utlandet. For mennene er tiltrekningskraften særlig stor i Gol og Ringerike. Hemsedal ”trekker” i større grad enn Hol menn fra Ringerike og Oslo. Men Hol har også større tiltrekning på menn fra Oslo enn det de andre Hallingdalskommunene har

#### 7.6.5 Videreflyttingen: kommunene vinner hvis de kan minske denne noe

En god del kommer flyttende til disse kommunene, men hvor mange blir og hvor mange flytter videre igjen, dvs. at kommunene klarer ”å holde på dem”? Tabellene nedenfor viser hvor stor videreflyttingen er.

For landet som helhet flytter omtrent 60 prosent av alle innflytterne videre igjen. Men det er store geografiske forskjeller;

sentrale storbyregioner har lavest videreflytting (42 prosent i Oslo/Akershus), mens distriktskommuner har høyere.

Videreflyttingen, dvs. andelen av innflyttere til kommunen som senere flytter ut av kommunen igjen, er generelt stor opp mot 35-40årsalder fordi folk da flytter pga. utdanning, de første jobbforhold og familieetableringer. Samtidig kan videreflyttingsprosenten leses som et uttrykk for en kommunes evne til å ”holde på folk”, dvs. at den kan fortelle noe om hvor attraktiv kommunen oppleves av de som har flyttet inn dit og derved har skaffet seg en viss erfaring med å bo der. I bestrebelsene på å opprettholde og øke folketallet, har kommunene mye å hente på å redusere andelen videreflytting, dessuten bør målgruppen allerede i kommunen og kan derfor nås direkte eller påvirkes gjennom utvikling av arbeidsmarked og gode stedskvaliteter. Gjennomsnittlig botid før videreflytting er 3 år.

Tabell 7.5 *Andelen videreflyttere av alle innflyttere. 5 årskull menn og kvinner født 1968-72. Prosent av alle.*

Kommune	Menn	Kvinner
Hol	79	80
Hemsedal	65	66
Ål	75	66
Gol	68	72
Nes	72	69
Flå	49	68
Ringerike	64	63
Drammen	50	49
Kongsberg	59	57

N= Hol menn 316, kvinner 477, N= Hemsedal menn 151, kvinner 184, N= Ål menn 232, kvinner 273, N= Gol menn 260, kvinner 390, N= Nes menn 119, kvinner 184, N= Flå menn 37, kvinner 41, N= Ringerike menn 1245, kvinner 964, N= Drammen menn 4867, kvinner 5346, N= Kongsberg menn 1153, kvinner 1070

*Hol:* Av alle i denne alderskategorien som har flyttet inn i kommunen i løpet av perioden, har 79 prosent av mennene og 80 prosent av kvinnene flyttet videre. For begge kjønn har Hol den største videreflyttingsprosenten av alle de kommunene vi viser her. I absolutte tall betyr dette at i disse fem årskullene (født 1968-72) så er det er det 250 menn og 383 kvinner som har vært innom

kommunen og flyttet videre. Dette har skjedd i løpet av 20-årsfasen fra de var 15 år.

*Hemsedal:* Videreflyttingen i samme alderskategori for Hemsedal er hhv. 65 prosent for mennene og 66 prosent for kvinnene, altså en lavere videreflytting målt i prosent. I absolutte tall er dette 98 menn og 122 kvinner som har flyttet inn for så å flytte ut igjen.

Tallene viser at videreflyttingen blant menn i Hallingdalskommunene er størst i Hol, Nes og Ål, og minst i Flå, Hemsedal og Gol.

Videreflyttingen blant kvinner i Hallingdalskommunene er noe mer jevn, men størst i Hol og minst i Hemsedal og Ål.

## 8 Avsluttende analyse og drøfting

### 8.1 Innledning

Kommunene Hol og Hemsedal har gjennom dette prosjektet ønsket å rette søkelyset på *spenningsfeltet* som oppstår ved at de er sterke turistdestinasjoner samtidig som de vil bevare bygdenes særpreg og ikke minst ivareta og utvikle et godt oppvekstmiljø. Hvilke avveininger og dilemmaer eksisterer i dette spenningsfeltet? Hvordan påvirkes oppvekstmiljøet av utvikling innen andre samfunnsfelt? Hvilke drøftinger er det viktig å ta videre i lokalsamfunnet, så vel blant politikere og myndigheter, som i næringslivet og lokalsamfunnet? Hva slags stedsidentitet bygger en gjennom den utvikling som finner sted?

De foregående kapitlene har vært basert på empiri, dvs. på det datamaterialet vi har samlet gjennom intervjuene, samtalene og spørreundersøkelsen. I tillegg er statistikk og dokumentanalyser benyttet. I dette avsluttende kapitlet er vår intensjon å trekke trådene sammen og mer teoretisk drøfte funnene med utgangspunkt i empirien.

### 8.2 Stedsidentitet: mangfold og motsatser

Stedsidentitet forbinder de fleste med et steds typiske kjennetegn og særpreg. En ubevisst sammenligning med andre steder ligger alltid til grunn, enten en vurderer kvaliteter og positive forhold, negative faktorer og ulemper, eller mangler i lys av noe som finnes andre steder. Det er med andre ord et relativt blikk. Geilo og Hemsedal sammenlignet med byen er èn ting, sammenlignet med



andre bygder er de noe annet. Sammenlignes de med hverandre, eller andre fjellbygder, framstår et bilde av så vel det unike som det like. I denne studien har vi gjennomgående hatt et slikt sammenlignende perspektiv.

Stedets identitet kan sies å være sammensatt av tre gjensidig avhengige komponenter; (I) fysiske trekk og uttrykk, (II) observerbare aktiviteter og funksjoner, og (III) meninger og symboler (Relph 1976). Ser vi på Geilo er det tydelig hvordan disse komponentene henger sammen og danner et stedsbilde: (I) Fysisk er det vidda, skibakkene rett ved sentrum, fjellbyen med den litt rotete bebyggelsen, hotellene, jernbanen, de nye hyttefeltene oppe i lia med store og luksuriøse hytter. (II) De observerbare aktivitetene og funksjonene er alt som foregår i skibakkene, det er after-ski-møtene, middagsgjestenes måltider, handel i butikkene, ferdsel med bil, til fots og med jernbanen, lokale folk som møtes og slår av en prat – i tillegg til alt vi ikke kan observere. (III) Meninger og symboler er knyttet til en lang rekke ting og kan være alt fra tradisjoner rundt støsliv, mat og språk, til bygdekultur i form av samværs- og omgangsformer. Siden disse bygdenes stedsidentitet også er sterkt forbundet med turisme, vil meninger og symboler også utgjøres av slike ting som trendy ski/brett/klesutstyr, dyre biler, rikdom som manifesteres gjennom de store hyttene, følelsen av å bli fortrent av denne rikdommen, imagen knyttet til den velstående turisten, utstyret som selges i sportsforretningene og som symboliserer det stille liv for fotturisten på vidda etc.

Lignende identitets-komponenter finner vi i Hemsedal, men der er ikke hyttefeltene og hyttene så store, de ligger ikke i åssidene overfor sentrum, og bakken(e) med alle nedfartene og serveringsstedene ligger 1,5 km utenfor sentrum. Men også sentrum i Hemsedal er sterkt preget av turismen med hoteller, leiligheter og flere serveringssteder. Det er imidlertid først og fremst heisområdet med den store utbyggingen som kan tolkes som et uttrykk for en ”grenseløs” streben etter å få flere turister til bygda. Av observerbare aktiviteter er dessuten hordene av festglade ungdom i sentrum annerledes her. Det er en høy aktivitetsprofil på turistbygda Hemsedal, og det kommuniseres at dette ikke er stedet for hengehoder. Meningsdanning og symboler er i stor grad knyttet til trendy aktivitet og samvær, det hippe og kule uttrykket blir nesten mer framtrædende her enn i storbyen siden det blir så dominerende på et lite sted. På den annen side er det også

aktiviteter og funksjoner i denne bygda som er særegne og knyttet til stedets historie eller naturressurser; for eksempel stølsdrift, flere virksomheter med ny produksjon av tradisjonsmat/gourmetmat og innovativ gründervirksomhet, eller de tilrettelagte topp-turene (i sommersesongen 2006 gikk over 22 000 personer fra 44 nasjoner til disse fjelltoppene). Også dette er del av stedsidentiteten.

Steders identitet er i stadig forming og omforming gjennom så vel bevisste tiltak og prosjekter, og som et resultat av alt som skjer, eller ikke skjer, i bygda. Stedsidentitet som begrep er ikke en konstant størrelse selv om noen faktorer, som for eksempel Hardangervidda, alltid vil være den samme. Ved nærmere ettertanke er også ei fjellvidde i endring, for eksempel som et resultat av klimaendringer, endrede biologiske vilkår for dyr, fugl og fisk, eller menneskers bruk av visse områder av vidda.

Stedsidentitet er altså et relativt og dynamisk begrep, det er i stadig omforming og det avhenger av subjektive opplevelser, erfaringer og interesser knyttet til stedet. Det vi betegner som intersubjektive oppfatninger av stedet, for eksempel at det er likhetstrekk i hvordan ungdom erfarer stedet sitt, har betydning for ”fortellingen om stedet”. De snakker seg i mellom om hvordan denne plassen er, med positive og negative sider, og slik skjer det en meningsdanning om hjembygda. Meningsdanningen gjelder også endringene som skjer med bygda som ledd i utviklingen innen reiselivet og hyttemarkedet. Individuelle stedsbilder blir også kontinuerlig formet og omformet gjennom menneskers bruk: hva de gjør der og hvordan, felles merkelapper og beskrivelser, samt symboler og erfaringer knyttet til den virkelighet stedet representerer (Berger & Luckmann 1967).

Vi inviterte de unge på Geilo og i Hemsedal med inn i en tankemodell der hjembygda som en attraktiv turistdestinasjon ble sammenlignet med andre norske ”gjennomsnittbygder” (i den grad de finnes...). Slik blir kjennetegn ved egen bygd tydeligere. Ungdommene, både de lokale og sesongarbeiderne, gir oss beskrivelser av disse stedene som danner et spesielt helhetsbilde. Stedsidentiteten som avtegner seg er først og fremst preget av den spesielle *sammensetningen av motsatser*.

Sammensetningen av motsatser ble tydelig gjennom de unges blikk, og kan knyttes til de gjensidig avhengige komponentene som

vi beskrev ovenfor (fysiske trekk og uttrykk/observerbare aktiviteter og funksjoner/meninger og symboler):

Her er uberørt natur, villmark, vidder og fjell & her er bakker og trasèer der inngrepene og tilretteleggingen gir sår i naturen men åpner for aktiviteter og utfordringer; her er muligheter for stillhet og ensomhet så langt øyet rekker & for å være i mengder av mennesker; her er tradisjonelle samfunnshus & trendy caféer, restauranter og puber; her er det bygdetradisjonelle uttrykk og symboler & hippe, moderne, trendy uttrykk; her er landsbygd og bygdefolk & her er byaktige elementer og byfolk; her ser du stabbur og støler som forteller at du er i Hallingdal & bygninger som kunne vært i de mest moderne storbymiljø om du kommer innenfor; her er det rømmegrøt & gourmetmat; her er det varige & det flyktige; her er turister i fjerde generasjon & byungdom som er kommet opp en helg for å stå slalom og feste; her er fellesskap og likhet med de besøkende unge & ulikhet og fravær av samhandling; her er hektiske aktivitet i vintersesongen & ganske stille om sommeren, her er folk i feriemodus & folk som lever sine hverdagsliv. Alt dette *er* stedet for disse unge, dette er særpreget ved hjembygda, men med visse variasjoner mellom Geilo og Hemsedal.

Denne bygdeidentiteten endrer også de unges forestillinger om hva bygda *er*, og det er mangfoldet og blandingen av det rurale og det urbane som slår en. Det kan mao. sies å være en "multipel" stedsidentitet, i tråd med hva Doreen Massey betegner som "progressive sense of place" (Massey 1991): et sted som er mangfoldig, har mange lag og som er i forandring. Dette samstemmer med nyere forskning om norske bygders utvikling: "Resultatet av striden om bygdenes framtid, *den nye bygda*, er meir mangfoldig og utydeleg. Bygda blir presentert i meir *flytande bygdebilder*, med meir variasjon enn tidlegare" (Almås m.fl. 2008). Sammenlignet med mange andre bygder vil denne utviklingstrenden sannsynligvis være sterkere og tydeligere i fjellbygder som er attraktive turistdestinasjoner. Urbane elementer og byfolk med urbane adferdsformer og verdipreferanser er i større grad til stede her.

## 8.3 Kollektiv identitet, samhörighet og tilhørighet

### 8.3.1 Bygdebilder og kollektive selvbilder

Å vokse opp på Geilo (i Hol kommune) eller i Hemsedal, som er blant Norges store turistdestinasjoner, legger grunnlaget for en spesiell form for bygdeidentitet. Dette er attraktive steder å oppholde seg på for tusenvis av folk fra store deler av landet og utlandet, ikke minst fra storbyene Oslo og Bergen. Unge sesongarbeidere, særlig fra Sverige og Danmark, er det mange av. De lokale unge er stolte over hva hjembygda har å by på av natur, skianlegg, opplevelser og aktiviteter. Her skjer det mye, spesielt i vintersesongen, og dette bekrefter annerledesheten; den negative stereotypien om 'den norske bygda' som begivenhetsløs og kjedelig gjelder i store deler av året ikke her. Det faktum at Geilo og Hemsedal er bygder der en får til mye, vil også farge utenforståendes oppfatninger av lokalbefolkningen.

I teorier om selvforståelse og identitetsdanning er det et vesentlig element at et individ speiler seg i andres oppfatninger; "Identitet er med andre ord ikke noe "gitt", men blir bestemt gjennom sosial anerkjennelse" (Berger 1967). Ens selvbilde påvirkes av hvordan andre betrakter og vurderer en. Derfor foregår det hele tiden mer og mindre ubevisst forsøk på å kontrollere det inntrykket andre får av en (Goffman 1959). Dette er en sosial mekanisme som er relasjonelt betinget og som ser ut til å ha gyldighet også for steder (Vestby 2003). Stedsprofilering kan da nettopp ses som en måte å kontrollere hva slags bilde folk skal danne seg av stedet. Stedets særpreg og identitet får innvirkning på hvordan utenforstående betrakter stedet og folk som hører til der. Slik formes et kollektivt selvbilde av hvordan "vi her" er, og en form for likhet basert på en kombinasjon av sosial og geografisk stedstilhørighet befestes.

En konstruktivistisk forståelse av identitetsbegrepet, som ser identitet som et fenomen som er i stadig forming og omforming, kritiseres av enkelte for at det vanskelig lar seg bruke analytisk, blant annet fordi begrepets innhold da blir for flytende. Disse kritikerne tar til orde for en "strengere" begrepsdefinisjon som baseres på at identitet er noe vedvarende som forblir relativt uforandret over tid, mens andre ting skifter (Brubaker og Cooper

2000). Hvorvidt dette analytiske skillet er fruktbart er imidlertid usikkert; vår studie av ungdom i turistdestinasjonene Geilo og Hemsedal tyder etter vår mening på at en på en og samme tid kan se unges sosiale og geografiske stedsidentitet som en stabil, vedvarende identitet *og* en identitet i (stadig) omforming og rekonstruksjon ettersom stedet endres. De mange uttalelsene om naturen og landskapet kan klart ses som et uttrykk for at dette er en del av dem, av deres identitet, og at det knytter dem til akkurat dette stedet.

Ungdom er i en fase av livet der den individuelle identitets- (om)danningen er et viktig prosjekt. Det som imidlertid er gitt mindre oppmerksomhet, er formingen av unges sosiale og geografiske stedsidentitet. I denne studien har vi forsøkt å vise at psykososiale forhold i disse to fjellbygdene også dreier seg om de unges kollektive identitet, deres selvforståelse som unge hemsedøler og geilinger/holinger. De kan tenke på seg selv som del av det kollektive ”vi unge”, eller ”vi unge her på Geilo”, avhengig av hvem de i den aktuelle situasjonen identifiserer seg med. I skibakkene, som fungerer som sosial møteplass, er likhet mer framtrødende enn forskjeller mellom de lokale unge og de besøkende. De deler lidenskapen for utfordringene og gleden ved å kunne forbedre og demonstrere ferdigheter i bakken og slik oppnå anerkjennende blikk. Der og da blir ”vi unge” en relevant identitet og uttrykk for et fellesskap, men utenfor bakken og i andre sammenhenger synes dette å skifte til ”vi unge fra Geilo” (eller Hemsedal). I after-ski-sammenhenger, på utesteder eller ute i sentrum ser det ikke ut til å være noen særlig omgang mellom lokale unge og unge turister eller sesongarbeidere. Det at det finner sted en mer og mindre ubevisst identitetsmessig plassering av *jeg, vi* og *de andre*, skjer særlig gjennom tegn og symboler (Gurtvitch 1971). Språk og adferdskoder hører til dette. Slik skifter tilhørighet og fellesskap, avhengig av kontekst, og i tråd med det som kalles insideness og outsideness: ”...as our intensions vary, so boundary between innside and outside moves. In consequence there are many possible levels of insideness?” (Relph op.cit).

Mennesker har mange tilhørigheter, og tilhørighet til sted er én av dem. Felles for tilhørigheter er at dette dreier seg om en viss likhet og en følelse av fellesskap, en mer og mindre følelsesmessig og identitetsmessig forankring til noe. Dette ”noe” kan være *fysiske* steder og uttrykk som landskap, bymiljøer, landeveger; *sosiale*

grupper som klasse, bygdefolka, arbeidskolleger, jevnaldrende, naboene; *kulturelle* fellesskap som etnisitet, nasjonalitet, kulturelle preferanser, religiøsitet etc. Hvor har vi følelsen av å være hjemme? Hvilke steder og hvilke mennesker føler vi fortrolighet med? Hvilke steder eller miljøer knytter vi bånd til og slik bekrefter vår identitet; hvem vi er og hvem vi er like?

Selv om en har en viss tilhørighet til et miljø og deler noen kjennetegn eller livsbetingelser med andre som er i samme situasjon, som for eksempel klassekamerater eller folk i nabolaget, behøver det langt fra bety at det berører ens egen identitet mer enn rent overfladisk. Tid og sted, der og da, er rammer for det som kan betegnes som *kontekstuell tilhørighet*, dvs. at den kan opphøre om omstendighetene endres. Det er derfor viktig å se bak begrepet tilhørighet og se forskjellen mellom det som dreier seg om visse likhetstrekk ved livssituasjonen og som kan gi en følelse av *sambørighet*, og den identiteten som utgjøres av en sterkere likhet og følelsesmessig relasjon.

### 8.3.2 Tilhørighet til natur og landskap

Tilhørigheten til hjembygda er klart forankret i naturen og landskapet. Det er det første de unge framhever overfor oss; den fantastiske naturen her oppe. Måten de snakker om naturen på, fjellene som *er* selve bygda, vitner om en tilhørighet til dette landskapet enten det er fjellvidder, fjelltopper, bakker eller kulturlandskap. Måten de snakker om engstelsen for at denne naturen kan bli ødelagt av for mye hyttebygging og tilrettelagte aktiviteter, sier også noe om tilhørighet, eierskap og identitet; dette er deres, dette er dem. Utfordringen for kommunene blir å forvalte naturen og miljøet på en slik måte at ikke dette som skaper sterkest stedstilhørighet forringes. Balansen mellom landskapsvern og videre reiselivsutvikling synes altså å være et kritisk punkt som bør gjøres til gjenstand for grundige lokale drøftinger. Vårt empiriske materiale gir gode argumenter for å inkludere ungdom og unge voksne i bygda i slike offentlige samtaler.

Mange studier med utgangspunkt i begrepet "sense of place" har satt lys på de følelsesmessige sterke båndene folk har til steder, det være seg lokalbefolkningen med sterke røtter gjennom lang botid eller hyttefamilier som har hatt tilhold der i generasjoner. Samfunngeografiske teorier om stedsidentitet og menneskers

forhold til steder fokuserer samtidig at ens selvforståelse også er knyttet til dette: ”To have an authentic *sense of place*. . . is to have a *sense of belonging*. You talk about your home town or home region, for example, and this implies a very deep sense of attachment, making place a strong part of who you are and the way you think about yourself”, (Holloway & Hubbard: 2001).

Dette er vanskelig å definere og beskrive eksakt, særlig for utenforstående, men også fordi de det gjelder har ofte et ubevisst følelsesmessig forhold til stedet. Ikke før kvaliteter er truet eller tapt skjer en bevisstgjøring (Williams og Stuart 1998). Når unge på Geilo og i Hemsedal begynner å uroe seg for den sterke utbyggingen og utviklingen i turismen, på tross av at de ser alle godene og at ”bygda lever av den”, så kan det være fordi de nå blir særlig bevisst på stedskvaliteter som de er redde vil forringes. Før tok de dem kanskje kvalitetene som en selvfølge.

Det synes altså å være slik at det er først når barndommens landskap er truet, eller savnet, at en blir bevisst hvor viktig det er. ”Jeg skal snart hjem, til et landskap som snakker til meg”, skriver forfatteren i Karin Sveen om det storslåtte landskapet og naturen i Frisco Bay i California, hun var på et studieopphold på Berkley University der boka om tilhørighet ble til (Sveen 2005 ). Hun ser at landskapet der er flott, men savner den norske naturen der det er ”...stort på den fortrolige måten”. Hun sier hun ”...savner å være i det kjente, i det jeg kan, i det som kjenner meg, for stedet der hjemme kjenner meg, vi deler noe, og minnene knytter oss sammen. Ingenting i det monumentale landskapet her har noe å fortelle meg fra i fjor eller fra jeg var femten år”.

Mange av våre unge informanter har bodd lenge med den flotte naturen tett innpå seg og har knyttet minner og erfaringer til naturen og landskapet. Tilhørighet til naturen er noe de deler med mange andre og som derved bidrar til en form for likhet og samhörighet i bygda på tvers av personlige ulikheter.

### 8.3.3 Tilhørighet til bygdemiljø

Felles bosted legger grunnlag for tilhørighet til et bygdemiljø gjennom sosiale møter og samkvem, men dette er ingen selvsagt konsekvens. Bygdemiljø som sosialt og kulturelt begrep kan forstås på ulike måter, som for eksempel: (I) det sosiale livet og den

sosiale kapitalen, (II) bygdekultur i form av lokal mentalitet, lokale verdier og væremåter; og (III) bygdefelleskap i form av samhörighet og eierforhold til bygda. Disse faktorene er selvsagt nært forbundet med hverandre. At kjennetegn og kvaliteter ved oppvekstmiljøet, og minner fra barndommen, har betydning for ungdoms tilhörighet til bygdemiljøet, synes derfor innlysende. Det dreier seg om å identifisere seg med et "vi her".

Bygdefellesskapet kan for de unge være en tilhörighet som for noen er dypt forankret i deres egen selvforståelse og identitet, mens den for andre er et skjørt og mer overfladisk fellesskap der og da. Det styrkes om en opplever å være viktig for dette fellesskapet, eller svekkes ved den motsatte erfaringen. Tilhörighet til et bygdefellesskap tar det lang tid å etablere. Når over halvparten av foreldrene til dagens skolebarn er innflyttere, vil den familiære tilhörigheten til bygda og bygdefellesskapet bli mindre. I begge kommunene hørte vi imidlertid utsagn fra innflytterungdom som tyder på at de trives og at det er lett å bli kjent, dvs. at fellesskap og et 'vi' styrkes. Men bildet er sammensatt. Fagfolk i kommunenes skole-, helse- og sosialadministrasjon forteller også om stor gjennomtrekk av "moderne nomader" som bare bor der for ett år eller to, og der verken de selv eller lokalbefolkningen er innstilt på eller får tid til å etablere noe fellesskap.

Som en konsekvens av turismen er det mange eksterne som kommer til disse bygdene; hyttefolk, besøkende, sesongarbeidere, gjestearbeidere og innflyttere. Det fører mye bra med seg, og mange har påpekt de positive impulsene, at bygdefolk åpner seg og blir mer vidsynte og får en bredere horisont. Det tradisjonelle bygdemiljøet endres, på godt og vondt. Åpenheten mot fremmede og nye impulser framstilles som et gode, men samtidig pekes det på at bymessige elementer utvanner bygdemiljøet. Dette kommer til uttrykk i alt fra bygninger (hytter, leiligheter, innredninger) til forbruksstil og preferanser når det gjelder materielle forhold som klær og utstyr. Det uttrykkes bekymring for at tradisjonelle verdier i bygdekulturen svekkes; som at det er blitt mer utbredt å rangere folk etter penger og materielt forbruk enn hvem de er som personer og hva de yter til bygdas fellesskapsarenaer.

En annen side ved dette er at bygdekulturelle uttrykk forsvinner. Vår forventning om å møte en form for Hallingkultur var tydeligvis urealistisk; ikke på noe vis var den tilstede i fortellingene om



bygda, verken blant de unge eller de voksne. ”Språket er helt utvanna”, som en sa det. Bare unntaksvis hørte vi dialekt. Ingen fortalte noe om lokalhistorien, tradisjoner, lokal musikk, sanglige uttrykk, litteratur eller lignende når de skulle beskrive stedenes særpreget for oss. Tilhørighet til bygdekultur i denne forstand synes altså å være liten, mens bygdekulturen som lokal mentalitet og verdier er utsatt for press. Eller sagt på en annen måte: gjenstand for endring.

Bygdemiljø og bygdefellesskap er med andre ord ikke noe en kan ta for gitt, men må forvalte og forsøke å styrke, - gitt at det er et ønske i bygda om at ungdoms tilhørighet er noe verdifullt.

Slik vi tolker det, synes det som mange unge har en kollektiv selvforståelse som ”vi her i Hemsedal”, altså at de definerer seg som del av bygdefellesskapet, og ikke bare ”vi unge” eller ”vi unge her i Hemsedal”. I hvilken grad tenker de voksne på Geilo og Hemsedal på hvilken verdi og ressurs som ligger i dette? Ser de at de unge bryr seg om bygda og bygdas utvikling, og ikke bare er opptatt av sine individuelle utviklingsprosjekter? Erkjenner de at de unge representerer en ”human kapital” og at deres engasjement for bygdas utvikling er en ressurs som kan forringes om den ikke ivaretas?

Vi har påpekt at en indirekte og mer symbolsk effekt av turismen og reiselivet er de unges følelse av at det er turistene og deres ønsker og behov som imøtekommes og prioriteres. Dette forsterkes ved at bolig- og tomteprisene presses i været og gjør det vanskeligere for lokale unge å tenke på å etablere seg på hjemstedet som voksne. Resultatet er en følelse av fortrenning fra et bygdefellesskap. ”Er det plass til oss?”, spør de. Konkrete politikk-områder som boligpolitikk, tomtepolitikk, naturforvaltning og hyttebygging får derved symbolske betydninger for tilhørigheten, til stedet så vel som til bygdefellesskapet. De unges uttalelser om disse forholdene, og oppslutningen det viser seg at dette har, er slik vi tolker det et uttrykk for en opplevd ekskludering; at de egentlig ikke er så betydningsfulle for bygdefellesskapet i framtida. Som barn er det mange som har følt seg godt ivaretatt, både på skolen og av de voksne ellers i hjembygda. Men en del av dem får som unge følelsen av ikke å være så mye verdt. Da vi startet denne studien skrev vi i prosjektskissen at ”Både tilhørighet til sosiale miljøer og stedstilhørighet betyr noe for hvem de opplever at de

er. Ekskludering og inkludering som sosiale og kulturelle mekanismer kan være ekstra sterke på slike steder". Vi tenkte på jevnaldringsfellesskap og betydningen av å høre til. Det slo oss ikke at dette kunne være en aldersbasert problematikk knyttet til bygdefellesskapet. Uttfordringen blir å finne svar på hvordan kommunene kan styrke de unges stedstilhørighet eller forhindre at den svekkes.

## 8.4 Oppvekstmiljø, sosial kapital og bygdas framtid

Nåtida fortolkes i lys av framtidas muligheter. Bygdas framtid er det overordnede tema for alle, uansett hvilket ståsted de har; turistnæringen og det øvrige næringslivet, kommunens politikere og ansatte, og innbyggerne. Som vi har vist i denne studien er oppvekstmiljøets kvaliteter langt mer enn det en vanligvis tenker på som tiltak for barn og unge, og utviklingen innen andre samfunnsfelt er likeså viktige. Trivsel, trygghet og tilhørighet påvirkes av mange forhold i lokalsamfunnet. På den annen side er livskvaliteter generelt og oppvekstmiljøkvaliteter spesielt viktig også for næringslivet: de skal trekke til seg og ikke minst holde på arbeidskraft, også de som har eller er i ferd med å etablere familie. I dagens arbeidsmarked, med stor tilgang på jobber, vil steds-kvaliteter også veie tungt i folks vurderinger av jobb- og bosted. Steds-kvaliteter øker selvsagt også stedets attraksjon som besøkssted, enten det dreier seg om å bevare idyller eller bygge ut tilbud og service.

I arbeid med byers og steders vekst og utvikling er det særlig økonomisk, og human kapital som er sett som de viktigste bærebjelkene i tillegg til de fysiske forutsetningene og mulighetene. Men det viser seg at også en annen form for kapital er vesentlig, nemlig såkalt sosial kapital. Dette synliggjør betydningen av det lokale sivilsamfunnet, ikke bare for folks trivsel og for et levende kultur- og fritidsliv, men også for stedsutvikling i vid forstand. Sosial kapital kan defineres som: "*Features of social organization, such as networks, norms, and trusts, that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit*" (Putnam 1993). Sosiale relasjoner og nettverk, oppslutning om grunnleggende felles normer og verdier, og tillit og gjensidighet er ikke bare "limet" i et lokalsamfunn. Flere studier

viser at dette også bidrar til god samfunnsutvikling/styring og økonomisk vekt: ”*The social capital embodied in norms and networks of civic engagement seems to be a precondition for economic development, as well as for effective government.*” (Putnam op.cit) Putnam mener at sosial kapital vil bli en vital ingrediens i økonomisk utvikling rundt i verden, som en ressurs innad i organisasjoner og innenfor lokalsamfunn.

Stedsutviklingsprosjekter som tar i bruk lokalsamfunnets sosiale kapital, og således også engasjerer og involverer mange mennesker i ulike lokale nettverk, øker mulighetene for å lykkes. Samtidig er dette en form for kapital som styrkes ved å brukes (Sobels, Curtis og Lockie 2001, Vestby og Røe 2004). Vesentlige elementer som styrkes er fellesskap og tilhørighet, noe som samtidig vil være ressurser for framtidig utvikling og arbeid for bygda. I tillegg vil et levende sivilsamfunn med ressurser til å sette i gang tiltak og få til ting være en attraktivitetsdimensjon med tanke på å tiltrekke seg nye innbyggere. Det blir en kvalitet ved stedet.

Både Geilo (og Hol kommune) og Hemsedal har et rikt kultur- og fritidsliv, med mange lokale organisasjoner, etablerte sosiale nettverk og virksomheter, og arrangementer som engasjerer mange i bygda. Ulike studier av kulturlivet tyder på at et hovedutbytte for deltakerne er en styrket trivsel og følelse av tilhørighet (Ruud udatert, Baklien og Carlsson 2000). Sosiale nettverk, tillit og tilhørighet danner en sosial kapital som samtidig virker helsefremmende og beskyttende, ikke minst for ungdom som er i en sårbar og identitetssøkende livsfase (Folkehelseinstituttet 2007, Putnam 1993). Denne type sosial kapital vil dessuten være en ressurs for lokalsamfunnet og for utviklingen av stedene.

Turister og sesongarbeidere bidrar til den fysiske og økonomiske kapital, men i liten grad til den sosiale kapital. Med noen unntak er det få som er knyttet til bygdelivet og bygdefellesskapet. Dette er med på å opprettholde et skille mellom ’de’ og ’vi’. Turister på besøk er per definisjon på ferie og tenker seg ikke inn i det lokale livet. Men dette kan endre seg. Vi ser en økende tendens til at folk bor i lengre perioder på hytta, det fleksible arbeidsmarkedet gjør at flere og flere velger i perioder å jobbe fra sin fritidsbolig. ”Delt bosted” er et stadig viktigere begrep. Store turistkommuner, særlig hyttekommuner, tar nå tak i problematikken med tjeneste-produksjon og service til denne nye typen innbyggere. Det spørres

også om deres demokratiske rettigheter mht. avgjørelser som angår dem. Men spørres det om deres deltakelse i det lokale sivilsamfunnet, deres bidrag til å styrke den sosiale kapitalen? Mange hyttefamilier har sterk tilknytning til stedet og har hatt tilhold der i generasjoner. Om de nå også skal bo der i lengre perioder utenom feriene, er det naturlig å spørre om de ikke bør kunne involveres mer i det lokale hverdagslivet og kulturlivet.

I en annen hyttekommune, Tinn i Telemark, er det gjennomført en spørreundersøkelse blant hytteeiere. Den viste at fjorten prosent svarte ja på spørsmålet om de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen, og sytten prosent sa at de ønsker å delta aktivt i lokalsamfunnet (Strandrud 2008). Selv om flertallet altså ikke ønsker ytterligere sosial integrasjon med bygdesamfunnet, er det et uutnyttet potensial som på sikt kan bidra til å styrke den sosiale kapitalen.

Sesongarbeidere er i en mellomposisjon ved at de midlertidig bor i bygda. Noen kommer tilbake år etter år, og noen slår seg etter hvert ned der. De er med andre potensielle bygdefolk. De skal leve et vanlig hverdagsliv mens de oppholder seg der i sesongen, men fritiden går i stor grad med til ski- og brettkjøring og sosialt samvær og festing med andre "sesongere". Flere vi snakket med kunne tenkt seg et mer variert fritidsliv og savner kontakt med lokalbefolkningen. For det første kunne kanskje det lokale kultur- og fritidsliv trenge disse unge voksne? For det andre ville de gjennom deltakelse kanskje bli mer inkludert og forankret i bygda?

I attraktive turistdestinasjoner ser det ut til at det blir en ny type turist, nemlig utflyttede bygdefolk som arver barndomshjemmet og beholder det som feriebolig. Dette skjer antakelig i langt mindre grad i andre bygdekommuner. I Hol kommune viste en kartlegging blant eiere av de mange boligene som sto tomme store deler av året at det i overveiende grad var utflyttede holinger eller geilinger som eide dem. På en måte er det negativt for lokalmiljøet, inkludert oppvekstmiljøet, at det er mange hus med svarte vinduer store deler av året. På den andre siden er det positivt at utflytterne holder kontakten med hjembygda, og det må vel også kunne tolkes som et uttrykk for stedstilhørighet. Når dagens ungdom blir voksne kan denne tendensen bli enda mer omfattende.

## 8.5 Oppvekstmiljø og kommuneplanlegging

Avslutningsvis vil vi antyde hvordan perspektivene i det empiriske materialet i denne studien kan legges til grunn for lokal politikk-utforming og samfunnsutvikling. Datamaterialet skulle danne grunnlag for det videre kommuneplan- og stedsbyggingsarbeid, samt helsefremmende og forebyggende arbeid for barn og unge.

Kjernen i denne studien er unges oppvekstmiljø i lys av at de bor i bygder som er attraktive turistdestinasjoner. Med særlig fokus på unges trivsel, psykososiale miljø og stedsidentitet, har det vært viktig bringe inn steds kvaliteter i vid forstand, inkludert kvaliteter som turiststed.

En viktig erkjennelse ligger i at faktorer som styrker oppvekstmiljøet, eller som truer kvaliteter ved miljøet eller forringer det, ikke bare er knyttet til spesifikke barne- og ungdomssaker eller sektorer som arbeider med barn og ungdom. Utviklingen på en rekke andre samfunnsfelt får likeså stor betydning. Det samme gjelder for helsefremmende arbeid mer generelt. Folkehelsearbeid inkluderer dessuten mange tematikker som også inngår i stedsutvikling, som for eksempel grøntområder, muligheter for fysisk aktivitet og friluftsliv, sosiale og fysiske møteplasser, trivsel og tilhørighet. Alle disse forholdene er samtidig viktig for det psykososiale miljø og mental helse.

Dette innebærer at forebyggende arbeid rettet mot ungdomsbefolkningen, og investeringer i det lokale oppvekstmiljøet, også må ha et mer helhetlig perspektiv som inkluderer ulike sider ved stedsutvikling og reiselivsutvikling. Bygdas framtidige identitet og kvaliteter formes av aktører innen en rekke samfunnsfelt: politikerne og innbyggerne, næringsdrivende, turist- og reislivsaktører, lokale lag og foreninger, kulturlivet og skolene. Mange er lokale aktører, men også eksterne aktører regionalt, nasjonalt og internasjonalt fatter beslutninger som får betydning for unge på Geilo og i Hemsedal.

En samordnet og helhetlig samfunnsplanlegging er politikernes ansvar. Først og fremst er det kommuneplanen som er det sentrale verktøyet for å se ulike utfordringer og muligheter i sammenheng og for å samordne mål og innsats på flere politikkområder. Alle planer etter plan- og bygningsloven skal behandles av de

folkevalgte i kommunestyret, også de som fremmes av private aktører. Slik plasseres det politiske ansvaret. Den nye Plan- og bygningsloven er en lov for samfunnsplanlegging.

Kommuneplanen<sup>6</sup> består av ulike deler. Den såkalte kommunale *planstrategien* skal blant annet ha redegjørelser for utviklingstrekk og utfordringer knyttet til samfunnsutvikling og miljø, samt arealbehov for ulike formål. *Samfunnsdelen* skal romme langsiktige utfordringer, mål og strategier, samt en handlingsdel som angir hvordan målene skal oppnås. *Arealdelen* skal vise en overordnet arealdisponering i planperioden, mens *økonomidelen* inneholder finansielle forslag til ulike formål. Kommuneplanlegging består i tillegg av ulike kommunedelplaner for geografiske områder (som for eksempel Geilo sentrum) eller for tema (som for eksempel rusforebygging).

Kommuneplanens overordnede målsettinger dreier seg om å skape grunnlag for arbeid, vekst og utvikling, at det skal være en bærekraftig utvikling (miljømessig, naturmessig, økonomisk og sosialt) og at det legges til rette for at det blir mulig å skape gode levekår og livskvaliteter for lokalbefolkningen. Samtidig er det grunnleggende viktig at turist- og reiselivsnæringen fortsetter å være den allsidige ”hjørnesteinsbedriften” den er på Geilo og i Hemsedal. Disse to kommunene har mange fordeler og muligheter som andre norske bygdekommuner ikke har. Samtidig møter de en del utfordringer og krevende avveininger som andre er forskånet fra. Det blir blant annet langt tydeligere at konkret planlegging og politikuttforming knyttet til arealplanlegging, boligplanlegging, hytte- og reiselivsplanlegging og naturforvaltning også er forbundet med viktige verdivalg. I tillegg kommer selvsagt forhold som spesifikt dreier seg om barn og ungdom knyttet til skolesektor, kultur- og fritidsliv, og sosial- og helsetjenester.

Politikerne har det overordnede ansvaret, men er avhengig av oppslutning i lokalbefolkningen om de beslutninger som tas. Det dreier seg både om å ta vare på og styrke de kvalitetene disse bygdene har og å ta vare på den ”humane kapital” som barn og ungdom utgjør og deres fysiske, psykiske og sosiale helse. I det generelle folkehelsearbeidet er unges fysiske og psykiske helse og

---

<sup>6</sup> Plandelen av ny plan- og bygningslov ble vedtatt av Stortinget 5.juni 2008, og trer i kraft 1.juli 2009

livskvaliteter gitt spesiell oppmerksomhet. St.meld. nr. 16. 2002-2003: "Resept for et sunnere Norge" fokuserer særlig på tiltak og planlegging for en mer aktiv livsstil for å bøte på økende fysisk inaktivitet. Handlingsplanen som fulgte i kjølvannet av meldingen, inneholder blant annet strategier for å forankre folkehelse tema i den kommunale planleggingen og anvende den nye Plan- og bygningsloven mer aktivt. Både samfunnsdelens formulering av visjoner og arealdelens sikring av anlegg og områder til fysisk aktivitet og møteplasser er viktig.

Sosiale og fysiske møteplasser for jevnaldringsfellesskapet er for ungdom både skolen, skibakkene, kulturaktivitetene, fritidsklubbene, kulturskolen, idrettslivet etc. Dette er forhold som direkte kan relateres til mål og tiltak for barn og unge i kommuneplanen. Forhold knyttet til transport og tilgjengelighet er også relevante.

Kommunene har en stor utfordring knyttet til at de gjennom sin planlegging og utvikling ikke bør forringe for mye av det som for de unge representerer grunnlaget for tilhørigheten til hjembygda. Stedstilhørighet er dessuten en forutsetning for vurderinger en gang i framtida rundt det å etablere seg der. Er det noe kommunene er opptatt av er det bosetting- og befolkningsutvikling og hvordan den kan opprettholde befolkningsnivået, helst øke det. I kommuneplansammenheng er dette vesentlig.

## 8.6 Ungdoms deltakelse i utvikling av oppvekstmiljø og stedskvaliteter

Sist, men ikke minst, vil vi rette søkelyset på ungdoms deltakelse og innflytelse i lokalsamfunnet. Denne undersøkelsen viser at de unge i Hol/Geilo og Hemsedal, - enten de er i ungdomsskolealder, videregående eller unge voksne i 20-åra, - har mange erfaringer og oppfatninger knyttet til oppvekstmiljø og bygdeliv. Ikke minst er mange av dem opptatt av utviklingen framover og viser med all tydelighet at dette angår deres vurderinger om å bosette seg der. Mange gir uttrykk for at dette er noe som interesserer dem og at de gjerne vil delta i diskusjoner om dette framover.

Sosial kapital inkluderer – eller bør inkludere – den ressursen som ligger i ungdomsbefolkningens deltakelse. Sosiale relasjoner og

nettverk på tvers av andre skillelinjer, for eksempel alder, er verdifullt for å styrke den sosiale kapitalen. Ovenfor viste vi til at sosial kapital er en viktig forutsetning for å lykkes i stedsutvikling, inkludert hvordan lokal styring utføres ("government performance"). Helt siden 1970-åra har det i Norge vært arbeidet med ulike metoder for å sikre reell medvirkning. Både plansystemet og holdninger til demokratiske prosesser har endret seg mye. I de senere åra har tro på medvirkning og såkalt "governance" i lokal politikkutforming og stedsutvikling, det vil si medvirkning og bidrag nedenfra, blitt befestet. Erfaringer viser at en gjennom medvirkning får utnyttet mye mer av den lokale kunnskapen som finnes, at en mobiliserer menneskelige ressurser og skaper engasjement, og at en ofte får *nye løsninger* på bordet (Hansen, Klausen og Vabo 2006)

En slik tankegang er også forankret i den nye Plan- og bygningsloven. I Ot.prop om loven står det at : "Planmyndigheten skal gjennom hele planarbeidet sørge for en åpen, bred og tilgjengelig medvirkning i lokalsamfunnet og dialog med organiserte og uorganiserte interesser. Planmyndigheten skal tilstrebe størst mulig offentlighet og reell medvirkning i planprosessene". Dessuten: "...bør det bestemmes tidlig i planprosessen hvordan det skal legges til rette for aktiv medvirkning" (Miljøverndepartementet 2008)

Det er nylig sendt ut et nytt rundskriv fra miljøvernminister Erik Solheim som presiserer kommunens ansvar for at all plan- og byggesaksbehandling ivaretar hensynet til barn og unges behov for gode oppvekstvilkår og nærmiljø. Der presiseres det også at det er kommunens ansvar uavhengig av hvem som initierer og utfører planleggingen. "*Forslaget til ny plandel viderefører intensjonene knyttet til hensynet til barn og unges interesser, og viktigheten av kommunens ansvar for barn og unges oppvekstvilkår. Forslaget forsterker kommunens ansvar for medvirkning fra befolkningen generelt og fra barn og unge spesielt*". Miljøverndepartementet har laget en egen veileder (MD: *Barn og planlegging* på [www.planlegging.no](http://www.planlegging.no)).

Barne- og likestillingsdepartementet har i mange år arbeidet med å øke barn og unges muligheter for deltakelse, medvirkning og innflytelse lokalt. Arbeidet er blant annet fundamentert på FN's Barnekonvensjon (§ 12 ) som Norge har ratifisert. Departementet har finansiert forsøks- og utviklingsarbeid og utarbeidet veiledere



og eksempelsamlinger, og framhever at ”*Barn og ungdoms ressurser, deres erfaringer, tanker og idèer blir for lite brukt. Deres kreativitet og skapertrang, evne til kritisk tenking, verdivalg og engasjement må stimuleres, tas vare på og brukes*”(Barne- og likestillingsdepartementet 2006).

Kommunal- og regionaldepartementet la nylig fram den såkalte demokratimeldingen, St. meld. Nr. 33 (2007-2008) ”Et sterkt lokaldemokrati”. Unge i lokaldemokratiet er viet spesiell oppmerksomhet, og det heter blant annet at:

Inkludering av barn og unge i lokaldemokratiet medverkar til å styrkja det. Synspunkt frå barn og ungdom kan gjera at politikarane tek avgjerder på eit breiare grunnlag enn dei elles ville ha gjort. Deltaking i lokale plan- og avgjerdsprosessar, i ungdomsråd og liknande organ har ført til større politisk engasjement og interesse for lokaldemokratiet mellom ungdom.

Å åpne for en sterkere og mer systematisk medvirkning for ungdom i ulike aldre, vil kunne få verdifulle konsekvenser på flere plan. (I) Det vil gi lokale unge en mulighet til å fremme sine synspunkter, behov og ønsker, og samtidig gi dem en følelse av å være verdsatt som bidragsyttere til voksensamfunnet og bygdefellesskapet. (II) Det vil gi lokale politikere, nøkkelpersoner i bygda, ansatte i kommunen og turistnæringen verdifull innsikt og nyttige innspill til så vel oppvekstmiljøtiltak som stedsutvikling i vid forstand. Nye perspektiver og løsninger fra ungdomsbefolkningen kan komme på bordet. (III) Det vil styrke bygdas sosiale kapital, noe som ikke bare er vesentlig for trivsel og tilhørighet, men som kan være verdifullt for stedsutvikling og økonomisk utvikling.

---

# Litteratur

- Almås, R. m.fl. (2008): *Den nye bygda*. Tapir akademisk forlag.  
Trondheim
- Baklien, B. og Carlsson, Y. (2000) *Helse og kultur: prosessevaluering av en nasjonal satsing på kultur som helsefremmende virkemeiddel*. NIBR prosjektrapport 2000:11
- Barne- og likestillingsdepartementet (2006) : *Deltakelse og innflytelse fra barn og ungdom – informasjon og veiledning for arbeidet i kommunene*. Rundskriv Q-27/2006
- Berger, P. L. (1967): *Invitasjon til sosiologi*. Pax Forlag
- Berger, P.L. & Lckmann, T. (1967): *The Social Construction of Reality*. Garden City, N Y: Doubleday
- Brubaker, R. and Cooper, F. (2000): Beyond “identity”. I *Theory and Society*. 29:2000. Kluwer Academic Publishers
- Brusdal, R. (2005): *Kommersiell press mot barn og unge i Norden*. Foreldre og barn i en kommersiell oppvekst. Tema Nord 2005:567. Nordisk Ministerråd, København
- Carlsson, Y. 2001: *Et sted mellom Venezia og Harry-by. En utredning om stedsidentitet, stedsimage og steds kvalitet i Drammen og Drammensregionen*. NIBR-rapport 2001:13
- Carlsson, Y. (2002): ”Forebyggingskjøkkenet”: Velferdskommunens problemekspansjon og den internasjonale ”programindustrien” – konsekvenser for det lokalt forbyggende arbeidet”. I Nordisk Tidsskrift for Kriminalvidenskap. Kbenhavn: De Nordiske Kriminalistforeninger

- Dokk m.fl. (2003): *Frå skysstasjon til alpinsenter*. Hemsedal Historielag og Hemsedal Mållag.
- Dybedal, P. 2007: *Økonomiske virkninger av reiseliv i Hol og Hemsedal* Transportøkonomisk Institutt (TØI)
- Eidhamar, G. 2006: *Hemsedal. Griper vi mulighetene internasjonalt?* Presentasjon på Internasjonaliserings-konferansen BTV desember 2006.
- Ekne Ruud, M. m.fl. (2005): *Jessheim i vekst – Ungdom, møteplasser og byutvikling*. Norges byggforskningsinstitutt, prosjektrapport 387.
- Ekne Ruud, Bratbakk, Røe og Vestby 2007: *Sosiokulturelle stedsanalyser – en veileder*. NIBR, Akershus fylkeskommune, Husbanken, Kommunal- og regionaldepartementet, Miljøverndepartementet
- Folkehelseinstituttet 2007:5 *Trivsel og oppvekst – barndom og ungdomstid*.
- Geilo turistinformasjon: [www.geilo.com](http://www.geilo.com)
- Goffmann, E. (1959)s: *Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday. New York.
- Hanssen, G. S., Klausen, J. E., and Vabo, S. (2006): Traces of Governance: Policy networking in Norwegian local government. I *Legitimacy and Urban Governance. A Cross-National Comparative Study* (Heinelt, H., Sweeting, D. and Getimis, P., eds.). Routledge, London.
- Hallingdølen (lokalavis): Hallingdølen 22. april 2008. Hallingdølen 24.april 2008
- Hemsedal kommune: *Kommuneplanen for Hemsedal (1999-2011)*
- Hemsedal Skisenter 20006: *Hemsedal vintermagasin 06/07*
- Hemsedal sommeren 2008: brosjyre

- Hemsedal turistinformasjon: [www.hemsedal.com](http://www.hemsedal.com)
- Helsedirektoratet: *Kommunehelseprofiler* ([www.helsedir.no](http://www.helsedir.no))
- Helse- og omsorgsdepartementet: *Resept for et sunnere Norge. St.meld. nr. 16. 2002-2003*
- Henningsen, E. og Gotaas, N. i samarbeid med M. Feiring: *Møter med ungdom i velferdsstatens frontlinje. Arbeidsmetoder, samarbeid og dokumentasjonspraksis i oppsøkende ungdomsarbeid*. NIBR-rapport 2008:2
- Holloway, L. & Hubbard, P.: *People and places- the extraordinary geographies of everyday life*. Prentice Hall 2001
- Hol kommune: *Kommuneplan 2000-2012*
- Hol kommune: *Årsmelding 2007*
- Massey, D. (1991): The political place of local studies. I *Environment and planning A*, vol. 23.
- Miljøverndepartementet (2008): *Ot.prp.nr. 32 Om lov om planlegging og byggesaksbehandling (plan- og bygningsloven)*
- Miljøverndepartementet: [www.planlegging.no](http://www.planlegging.no)
- Putnam, R. D. (1993): The Prosperous Community. Social Capital and Public Life. *The American Prospect* Vol.4 no 13
- Repstad, P. (1993): *Mellom distanse og nærhet. Kvalitative metoder i samfunnsfag*. Universitetsforlaget, Oslo
- Ruud, E. : Kultur som sosial kapital. I: *Kultur former framtida. Hvordan og hvorfor kultur virker*. Andrimne forlag og kommunikasjonshus as. (Udatert)
- Sveen, K. (2005): *Frokost med fremmede. Ei bok om tilhørighet*. Forlaget Oktober
- Sobels, Curtis og Lockie (2001): The Role of Landcare group networks in rural Australia: exploring the contribution of social capital. *Journal of Rural Studies*. Vol. 17. 2001
- NIBR-rapport 2008:17

Statistisk sentralbyrå : [www.ssb.no](http://www.ssb.no)

- Strandrud, S. (2008): ”Hyttefolk til nytte eller bry?” Foredrag på konferansen ”Moglegheiter og utfordringar for norske hyttekommunar” på Geilo 15./16.september 2008- Arrangert av Buskerud fylkeskommune, Oppland fylkeskommune og Kommunenes Sentralforbund
- Vestby, G.M. (1999): *Paradigmeskifter i barneforskning – skiftende syn på barn og barndom*. Foredrag på konferansen ”Hvis barndommen var børsnotert...”. Konferanserapport: Ariadnes årbok 1999. Oslo
- Vestby, G.M. og Røe, P.G.(2004): *Fortellingen om en stedsutvikling – en sosiokulturell prosess. Evalueringsrapportering fra arbeidet med sentrumsutvikling i Eidskog*. NIBR:notat 2004:101
- 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
- Widerberg, K. (2001): *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. Universitetsforlaget. Oslo
- Sillimans, D. R. and Stewart, S. I. (1998): Sense of Place. An Alusive Concept That is Finding a Home in Ecosystem Management. *Journal of Forestry*.

# Vedlegg 1

## Spørreskjema

Dette er en undersøkelse om hvordan ungdom oppfatter Geilo og Hemsedal som bosted, oppvekststed og turiststed. Det er mange meninger, både positive og, og her presenteres en rekke *sitater fra ungdom* som vi har intervjuet tidligere. Vi spør hvor enig du er i disse meningene som gjengis her, og du skal krysse av for om du er helt enig/litt enig /litt uenig/helt uenig (4 svaralternativer). Her er det DIN oppfatning og erfaring som teller, ikke hva du tror andre mener eller hva man "burde" mene. Vi gjengir ikke hvor det enkelte utsagn kommer fra (Hemsedal eller Geilo), fordi vi ønsker å sammenligne og se om dere unge opplever hjembygda forskjellig.

Det tar ca. 15 minutter å besvare spørsmålene. Først noen innledende spørsmål om deg. Alle svar er anonyme! Samlet blir disse besvarelsene del av rapporten som vi på Norsk institutt for by- og regionforskning skal lage til kommunestyrene.

**kryss av:**

- jeg er gutt
- jeg er jente
- No Answer

**Hvor kommer du fra?**

- Jeg er fra Hemsedal kommune
- Jeg er fra Hol kommune
- No Answer

**Hvor i Hemsedal er du fra?**

- Trøim
- Ulsåk
- Tuv
- Andre steder i Hemsedal kommune
- No Answer

**Hvor i Hol er du fra?**

- Geilo
- Dagali/Skurdalen
- Holet
- Hovet
- Andre steder i Hol kommune
- No Answer

**Omtrent hvor lenge har du (samlet) bodd i hjembygda?**

- Mer enn 15 år
- 10-15 år
- 5-10 år
- Under 5 år
- No Answer

**Hvilken skole går du på?**

- Hol ungdomsskole
- Hemsedal ungdomsskole
- Ål videregående skole
- Gol videregående skole
- No Answer

**Hvor gammel er du?**

- 13 år
- 14 år
- 15 år
- 16 år
- 17 år
- 18 år
- 19 år
- Over 19 år
- No Answer

Først presenterer vi unges meninger om forskjellige sider ved Geilo og Hemsedal som bosted og oppvekststed. Til slutt kommer noen meninger om turismen og turistene. MERK: her det både positive og negative utsan, hovr enig/uenig er du i dem? ”Kryss” av

**Sitater fra ungdom om oppvekstmiljøet og bygda:**

	<b>Helt enig</b>	<b>Litt enig</b>	<b>Litt uenig</b>	<b>Helt uenig</b>	<b>No Answer</b>
Utrolig fin bygd å vokse opp i	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voksne her er opptatt av oppveksten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rolig og trygt miljø blant lokalbefolkningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Om sommeren blir det veldig stille, det er dumt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kjedelig liv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**Sitater fra ungdom om natur og naturbruk:**

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Utrolige naturopplevelser både sommer og vinter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skianlegget er bra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er sunnere å bo her enn andre steder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fantastiske muligheter for aktiviteter: ski, langrenn, toppturer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Sitater fra ungdom om kultur- og fritidsaktiviteter:**

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Rikt kulturliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilbud som er for alle aldre og alles interesser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunne trengt flere ungdomsarrangement innenfor kultursektoren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lite ting å gjøre for ungdommer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Sitater fra ungdom om skolen og arbeidslivet i hjembygda:**

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
God skole med gode lærere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Et trygt (skole)miljø og man blir tatt godt vare på	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Godt skolemiljø/lite mobbing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gode jobbmuligheter for ungdom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Få jobber å velge mellom, lite variert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Sitater fra ungdom om uteliv og festing:**

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Ikke utsatt for mye press (mote, dop, alkohol)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tror det er mindre festing blant unge her enn andre steder i Hallingdal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For få utesteder med lav aldersgrense (18år)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kjedelig uteliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mye fyll og råning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For mye dop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Sitater fra ungdom om lokalbefolkningen:

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Det er mer jordnær ungdom (her)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For mange "wannebe's"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungdom her er veldig opptatt av klær og utstyr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De lokale ungdommene tar etter de fra byen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er bare noen få (familier) som peker seg ut med mye penger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det kan bli vanskelig i en bygd som dette å vokse opp hvis man er forskjellig fra andre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nå følger noen oppfatninger om hjembygda som turiststed. Vi tenker spesielt på Geilo for dere som er fra Hol kommune, og på Hemsedal generelt for dere derfra. Først oppfatninger ungdom har ytret om turismen, deretter om turistene.

**Sitater fra ungdom om hjembygdas muligheter som turiststed:**

	<b>Helt enig</b>	<b>Litt enig</b>	<b>Litt uenig</b>	<b>Helt uenig</b>	<b>No Answer</b>
Når turistene kommer blir det (ledige ) jobber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Positivt fordi vi får møte mennesker fra andre steder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gjennom turistene får vi impulser fra andre steder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hadde ikke vært mye liv her uten turistene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
På de stedene som ikke har turisme hadde ikke jeg orka å levd. Hadde blitt kjempekjedelig!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Sitatert fra ungdom om ulemper i hjembygda pga. turismen:

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Kortere avstand til alkohol og dop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For mye drikking, vold og bråk i vintersesongen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Byungdom påvirker ungdom her i negativ retning, vi har nok "sossar" fra før	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ikke trygt å gå gjennom sentrum på en fredags- eller lørdagskveld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tror ikke festekulturen (til turistene) flyter så mye inn her	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Så mye folk at sentrum blir overfylt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trangt i skiheisen og ellers i bygda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Sitater fra ungdom om negative sider ved turistene:**

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Noen tar seg litt for mye frihet, de tror de eier bygda vår	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turistene har førsteretten på alt, fastboende har ingenting de skulle ha sagt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turistene...de tar seg til rette, de dominerer helt i sesongen, går foran oss i køen og sånn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Virker ikke som det er så viktig med oss bygdefolka. Alt dreier seg om turistene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sitater fra ungdom om turisme og bygdas framtid:

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
For mange hytter i fjellet ødelegger naturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veldig mye hyttebygging, noe som gjør det utrivelig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bør ta vare på det gamle og naturen her	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Når byfolka kommer hit så blir det mer bymiljø...Men vi som bor her på bygda vil jo ha bygdemiljø	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Men de glemmer hele lokalsamfunnet... blir ikke lagt til rette i det hele tatt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tenk på de som vil komme tilbake og etablere seg her...og vil bo her! Ikke glem oss!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sitater fra ungdom om hjembygdas omdømme:

	Helt enig	Litt enig	Litt uenig	Helt uenig	No Answer
Som turiststed er dette veldig kult fordi alle vet om det	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Et sted man kan være stolt av!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dette er en partyplass!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har fått negativ medieoppmerksomhet og et stempel som ikke stemmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Til slutt har vi noen spørsmål om jobb og framtid

Har du i løpet av denne vintersesongen hatt jobb ved siden av skolen?

- Ja, litt
- Ja, en god del
- Nei
- No Answer

Boframtid

Hva slags jobb hadde du? (type jobb/arbeidssted)



Hva skal til for at du kunne tenke deg å bo i hjembygda di som voksen? Nevn det du synes er de tre viktigste forutsetningene:

Annet du vil si om temaene i denne undersøkelsen?

## Vedlegg 2

### Tabeller

Spørreskjema: Utvalgte frekvensfordelinger basert på sitater fra forutgående intervjuer med ungdom (se vedlegg 1). Fordelinger etter kommunetilhørighet (Hemsedal og Hol), samt samlet. Absolutte tall og prosenter.

#### Survey Hol og Hemsedal

##### UTVALG/BESVARELSER:

(ikke alle har fylt ut alle bakgrunnsvariable, derfor noe ulik N)

- Antall svar: N= 127
  - Gutter 65
  - Jenter 62
- Skole de går på: N=125
  - Hol ungdomsskole: 51
  - Hemsedal ungdomsskole: 65
  - Ål videregående skole: 3
  - Gol videregående skole: 6
- Botid i hjembygda i prosent: N=125
  - Mer enn 15 år: 44%
  - 10-15 år: 38%
  - 5-10 år: 11%
  - Under 5 år: 7%
- Aldersfordeling i prosent: N=125
  - 13 år: 8%
  - 14 år: 22%
  - 15 år: 42%

- 16 år: 20%
- 17 år: 3%
- 18 år: 4%
- Over 19 år: 2%
- Hjemkommune og bosted: N= 126
  - Hemsedal: 69
    - Trøim: 22
    - Ulsåk: 26
    - Tuv: 9
    - Andre steder: 12
    - Uoppgitt: 2
  - Hol: 57
    - Geilo: 30
    - Dagali/Skurdalen: 3
    - Holet: 14
    - Hovet: 8
    - Andre steder: 2

## Vedlegg 3

### Tabeller: Oppslutning om ungdomssitater.

De unge fikk spørsmål om hvor enig/uenig de er i de enkelte sitater, og kunne krysse av for 4 svaralternativer: helt enig/litt enig/litt uenig/helt uenig. I tabellene nedenfor har vi for å gi et enklere bilde slått sammen kategoriene til enig/uenig. Vi gir likevel i parentes prosent-tallene for helt/litt enig eller uenig. Dette gir eksempelvis følgende:

Enig 94 (67+27) betyr: 94% enig (hvorav 67% helt enig + 27% litt enig)

N= varierer mellom 109 og 120 for de enkelte sitater, med et gjennomsnitt på 118 og med en fordeling på 63 fra Hemsedal og 54 fra Hol/Geilo. Oppgis ikke på hvert eneste sitat, ettersom det er denne variasjonen; noen har valgt å ikke svare/hoppe over enkelte av sitatene.

<b>1 Oppvekstmiljøet og bygda</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
1.1 Utrolig fin bygd å vokse opp i	Enig 94 (67+27)	Enig 93 (64+29)
	Uenig 7 (7 +0)	Uenig 7 (7+0)
1.2 Voksne her er opptatt av oppveksten	Enig 97 (59+38)	Enig 76 (16+60)
	Uenig 3 (3+0)	Uenig 24 (24+0)
1.3 Rolig og trygt miljø blant lokalbefolkningen	Enig 90 (60+30)	Enig 89 (46+43)
	Uenig 10 (8+2)	Uenig 11 (9+2)
1.4 Om sommeren blir det veldig stille, det er dumt	Enig 65 (34+31)	Enig 74 (36+38)
	Uenig 35 (22+13)	Uenig 26 (11+15)
1.5 Kjedelig liv	Enig 38 (11+27)	Enig 41 (6+35)
	Uenig 62 (20+42)	Uenig 60 (38+22)

<b>2 Natur og naturbruk</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
2.1 Utrolige naturopplevelser både sommer og vinter	Enig 94 (64+30)	Enig 87 (50+37)
	Uenig 7 (5+2)	Uenig 13 (9+4)
2.2 Skianlegget er bra	Enig 97 (94+3)	Enig 93 (66+27)
	Uenig 4 (2+2)	Uenig 8 (4+4)
2.3 Det er sunnere å bo her enn andre steder	Enig 90 (49+41)	Enig 78 (42+36)
	Uenig 10 (5+5)	Uenig 22 (16+6)
2.4 Fantastiske muligheter for aktiviteter: ski, langrenn, toppturer	Enig 88 (7+81)	Enig 83 (4+79)
	Uenig 10 (10+0)	Uenig 16 (14+2)

<b>3 Kultur- og fritidsaktiviteter</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
3.1 Rikt kulturliv	Enig 82 (23+59)	Enig 73 (22+51)
	Uenig 17 (11+6)	Uenig 28 (26+2)
3.2 Tilbud som er for alle aldre og alles interesser	Enig 70 (22+48)	Enig 51 (16+35)
	Uenig 30 (24+6)	Uenig 49 (38+11)
3.3 Kunne trengt flere ungdomsarrangementer innenfor kultursektoren	Enig 75 (36+39)	Enig 85 (56+29)
	Uenig 26 (15+11)	Uenig 15 (15+0)
3.4 Lite ting å gjøre for ungdommer	Enig 65 (27+38)	Enig 77 (42+35)
	Uenig 36 (23+13)	Uenig 24 (18+6)

<b>4 Skolen og arbeidslivet i hjembygda</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
4.1 God skole og gode lærere	Enig 84 (52+32)	Enig 77 (24+53)
	Uenig 16 (6+10)	Uenig 24 (20+4)
4.2 Et trygt (skole)miljø og man blir tatt godt vare på	Enig 94 (67+27)	Enig 82 (36+46)
	Uenig 6 (3+3)	Uenig 19 (15+4)
4.3 Godt skolemiljø/lite mobbing	Enig 97 (61+36)	Enig 80 (31+49)
	Uenig 4 (2+2)	Uenig 21 (15+6)
4.4 Gode jobbmuligheter for ungdom	Enig 75 (36+39)	Enig 77 (26+51)
	Uenig 26 (19+7)	Uenig 24 (18+6)
4.5 Få jobber å velge mellom, lite variert	Enig 74 (26+48)	Enig 70 (22+48)
	Uenig 27 (20+7)	Uenig 30 (26+4)

<b>5 Uteliv og festing</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
5.1 Ikke utsatt for mye press (mote,dop, alkohol)	Enig 84 (52+32)	Enig 78 (39+39)
	Uenig 16 (8+8)	Uenig 22 (11+11)
5.2 Tror det er mindre festing blant unge her enn andre steder i Hallingdal	Enig 47 (18+29)	Enig 52 (17+35)
	Uenig 53 (37+16)	Uenig 49 (30+19)
5.3 For få utesteder med lav aldersgrense (18 år)	Enig 69 (38+31)	Enig 69 (43+26)
	Uenig 31 (13+18)	Uenig 31 (22+9)
5.4 Kjedelig uteliv	Enig 59 (25+34)	Enig 65 (22+43)
	Uenig 41 (20+21)	Uenig 35 (20+15)
5.5 Mye fyll og råning	Enig 58 (10+48)	Enig 74 (23+51)
	Uenig 42 (32+10)	Uenig 27 (21+6)
5.6 For mye dop	Enig 37 (12+25)	Enig 22 (7+15)
	Uenig 64 (32+32)	Uenig 78 (30+48)



<b>6 Lokalbefolkningen</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
6.1 Det er mer jordnær ungdom (her)	Enig 80 (34+46)	Enig 72 (24+48)
	Uenig 20 (13+7)	Uenig 28 (22+6)
6.2 For mange "wannebe's"	Enig 59 (26+33)	Enig 74 (33+41)
	Uenig 42 (30+12)	Uenig 26 (20+6)
6.3 Ungdom her er veldig opptatt av klær og utstyr	Enig 64 (20+44)	Enig 94 (46+48)
	Uenig 37 (30+7)	Uenig 6 (6+0)
6.4 De lokale ungdommene tar etter de fra byen	Enig 68 (21+47)	Enig 83 (35+48)
	Uenig 33 (26+7)	Uenig 17 (11+6)
6.5 Det er bare noen få (familier) som peker seg ut med mye penger	Enig 70 (30+40)	Enig 73 (32+41)
	Uenig 30 (22+8)	Uenig 27 (20+7)
6.6 Det kan bli vanskelig i en bygd som dette å vokse opp hvis man er forskjellig fra andres	Enig 42 (18+24)	Enig 71 (28+43)
	Uenig 59 (36+23)	Uenig 30 (24+6)

<b>7 Hjembygdas muligheter som turiststed</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
7.1 Når turistene kommer blir det (ledige) jobber	Enig 67 (22+45)	Enig 78 (30+48)
	Uenig 34 (17+17)	Uenig 22 (13+9)
7.2 Positivt fordi vi får møte mennesker fra andre steder	Enig 82 (41+41)	Enig 80 (32+48)
	Uenig 17 (11+6)	Uenig 20 (11+9)
7.3 Gjennom turistene får vi impulser fra andre steder	Enig 81 (20+61)	Enig 65 (26+39)
	Uenig 18 (15+3)	Uenig 35 (22+13)
7.4 Hadde ikke vært mye liv her uten turistene	Enig 81 (52+29)	Enig 70 (38+32)
	Uenig 19 (11+8)	Uenig 30 (9+21)
7.5 På de stedene som ikke har turisme hadde ikke jeg orka å lev. Hadde blitt kjempekjedelig	Enig 53 (28+25)	Enig 50 (20+30)
	Uenig 47 (31+16)	Uenig 51 (19+32)

<b>8 Ulemper i hjembygda pga. turismen</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
8.1 Kortere avstand til alkohol og dop	Enig 57 (18+39)	Enig 57 (20+37)
	Uenig 43 (28+15)	Uenig 43 (28+15)
8.2 For mye drikking, vold og bråk i vintersesongen	Enig 75 (24+51)	Enig 59 (24+35)
	Uenig 25 (14+11)	Uenig 41 (28+13)
8.3 Byungdom påvirker ungdom her i negativ retning, vi har nok "sosser" fra før	Enig 59 (15+44)	Enig 68 (35+33)
	Uenig 42 (24+18)	Uenig 31 (24+7)
8.4 Ikke trygt å gå gjennom sentrum på en fredags- eller lørdagskveld	Enig 38 (11+27)	Enig 28 (9+19)
	Uenig 62 (36+26)	Uenig 72 (28+44)
8.5 Tror ikke festekulturen (til turistene) flyter så mye inn her	Enig 52 (16+36)	Enig 51 (13+38)
	Uenig 48 (38+10)	Uenig 49 (34+15)
8.6 Så mye folk at sentrum blir overfylt	Enig 50 (25+25)	Enig 62 (32+30)
	Uenig 50 (37+13)	Uenig 39 (20+19)
8.7 Trangt i skiheisen og ellers i bygda	Enig 57 (23+34)	Enig 74 (44+30)
	Uenig 44 (31+13)	Uenig 26 (15+11)

<b>9 Negative sider ved turistene</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
9.1 Noen tar seg litt for mye frihet, de tror de eier bygda vår	Enig 89 (44+45)	Enig 87 (61+26)
	Uenig 11 (8+3)	Uenig 13 (13+0)
9.2 Turistene har førsteretten på alt, fastboende har ingenting de skulle ha sagt	Enig 42 (7+35)	Enig 72 (47+25)
	Uenig 58 (18+40)	Uenig 28 (19+9)
9.3 Turistene...de tar seg til rette, de dominerer helt i sesongen, går foran oss i køen og sånn	Enig 49 (17+32)	Enig 91 (66+25)
	Uenig 51 (33+18)	Uenig 10 (6+4)
9.4 Virker ikke som det er så viktig med oss bygdafolka. Alt dreier seg om turistene	Enig 55 (23+32)	Enig 95 (55+40)
	Uenig 45 (28+17)	Uenig 6 (6+0)

<b>10 Turisme og bygdas framtid</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
10.1 For mange hytter i fjellet ødelegger naturen	Enig 63 (30+33)	Enig 89 (70+19)
	Uenig 36 (23+13)	Uenig 11 (11+0)
10.2 Veldig mye hyttebygging, noe som gjør det utrivelig	Enig 60 (22+38)	Enig 88 (62+26)
	Uenig 40 (28+12)	Uenig 12 (8+4)
10.3 Bør ta vare på det gamle og naturen her	Enig 84 (44+40)	Enig 99 (64+35)
	Uenig 17 (7+10)	Uenig 2 (2+0)
10.4 Når byfolka kommer hit så blir det mer bymiljø...men vi som bor her på bygda vil jo ha bygdemiljø	Enig 56 (13+43)	Enig 73 (44+29)
	Uenig 43 (30+13)	Uenig 27 (19+8)
10.5 Men de glemmer hele lokalsamfunnet...blir ikke lagt til rette for oss i det hele tatt	Enig 50 (19+31)	Enig 80 (43+37)
	Uenig 50 (40+10)	Uenig 20 (16+4)
10.6 Tenk på de som vil komme tilbake og etablere seg her...og vil bo her! Ikke glem oss!	Enig 77 (36+41)	Enig 92 (60+32)
	Uenig 23 (16+7)	Uenig 8 (4+4)

<b>11 Bygdas omdømme</b>	<b>Hemsedal</b>	<b>Geilo (Hol komm.)</b>
11.1 Som turiststed er dette veldig kult fordi alle vet om det	Enig 87 (56+31)	Enig 87 (50+37)
	Uenig 13 (10+3)	Uenig 13 (9+4)
11.2 Et sted man kan være stolt av!	Enig 85 (63+22)	Enig 83 (46+37)
	Uenig 16 (9+7)	Uenig 17 (15+2)
11.3 Dette er en partyplass!	Enig 63 (25+38)	Enig 50 (17+33)
	Uenig 37 (30+7)	Uenig 50 (46+4)
11.4 Har fått negativ medieoppmerksomhet og et stempel som ikke stemmer	Enig 75 (27+48)	Enig 35 (7+28)
	Uenig 26 (19+7)	Uenig 65 (35+30)