



Føreord

Med denne oppgåva avsluttar eg mitt toårige masterstudie i naturbasert reiseliv på Noregs miljø- og biovitskapelege universitet (NMBU). Det har vore to krevjande, men samstundes lærerike år!

Denne oppgåva er skriva i ein tidleg fase av ei mogleg etablering av nasjonalpark i tilknytning til dei tre landskapsvernområda Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane (SVR), Dyraheio og Lusaheia. Oppgåva har hatt som mål å samanlikne lokale aktørar innan naturbasert reiseliv sine oppfatningar av noverande verneform som reiselivsattraksjon kontra ein potensiell nasjonalpark.

Fyrst og fremst vil eg takke informantane mine, som tok seg tid til både å svare på spørjeskjema og stille til intervju. Utan dykk hadde ikkje oppgåva blitt til. Eg vil også nytte høvet til å takke vegleiaren min ved NMBU, Peter Fredman, for konstruktive råd og god vegleiing. Medstudentar i «same båt» ved Institutt for naturforvaltning har også vore til stor hjelp og motivasjon i mi tid på NMBU.

Sist, men ikkje minst, vil eg takke Mamma for hjelp til å halde motet oppe gjennom skriveprosessen.

Noregs miljø- og biovitskapeleg universitet, Ås, 15. mai 2015

Birgit Jonsdotter Løyland

Samandrag

Denne oppgåva tek for seg lokale aktørar innan naturbasert reiseliv i nærleik til dei tre landskapsvernområda Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, (SVR) Dyraheio og Lusaheia og korleis dei oppfattar ei mogleg oppretting av nasjonalpark i delar av områda. Fleire lokalpolitikarar og representantar frå forvaltinga at nasjonalparkstatus har uttalt at etableringa av ein nasjonalpark kan få positive effektar for reiseliv. Nasjonalparkprosessen er per mai 2015 framleis på eit tidleg stadium og det er ikkje mykje tilgjengeleg informasjon om temaet. Ettersom mykje av forskinga som er gjort innan naturbasert reiseliv omhandlar etterspurnadssida, er det av interesse å undersøke tilbodssida sitt syn på ein eventuell nasjonalpark. Det vart nytta ein parallell metode der informantane fyrst svarte på eit spørjeskjema og dermed vart intervjuet om korleis dei oppfattar noverande verneform og ein eventuell nasjonalpark. Resultata frå både spørjeskjema og intervju syner at eit fleirtal av informantane føretrekk verneforma nasjonalpark framfor noverande verneform. Landskapsvernområdestatus vert oppfatta som lite fordelaktig med omsyn til næringsverksemd i verneområda, og er prega av strenge restriksjonar. I tillegg vert landskapsvernområde oppfatta som eit lite etablert omgrep som i lita grad nyttast i samband med marknadsføring. Resultata syner at samtlege informantar trur nasjonalparkstatus vil føre til høgare besøkstal både i berørte område og for si eiga verksemd/organisasjon og at nasjonalparkstatus vil ha positive effektar med omsyn til marknadsføring. Resultata vart tolka i ljøs av teoriar om attraksjonar og attraksjonssystem, der ein attraksjon består av tre komponentar; ein kjerne (t.d. ein sjåverdigheit, objekt, arrangement) ein markør (dvs. informasjon om ein sjåverdigheit). Hovudfokuset var på markørkomponenten i attraksjonssystemet. På bakgrunn av funna i studiet kan landskapsvernområdestatus verke å vere av lita verdi som markør for tilboda til informantane og området generelt. Informantane oppfatta nasjonalpark som ein meir etablert vernestatus, særleg i forhold til utanlandske turistar, og dermed av større verdi mot. marknadsføring. Dette kan indikere at nasjonalparkstatus i større grad har moglegheit til å fungere som ein markør som gjer området attraktivt for turistar.

Abstract

The theme of this master thesis is local stakeholders within nature-based tourism in relation to the following protected landscape areas; Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane (SVR), Dyraheio and Lusaheia protective area, and their expectations to the potential establishment of a national park within the areas. Several local politicians and conservation representatives have stated that tourism could benefit from such an establishment. As of May 2015, the national park process is still at an early stage and limited amounts of information exists on the subject. As most research within the field of nature -based tourism focuses on the demand side, I wanted to present the supply side of nature-based tourism and their expectations to the potential establishment of a national park. A combined method of questionnaires and semi-structured interviews was utilised in order to examine how the informants perceive the current conservation category compared a national park. Results from the survey and interviews showed that most of the informants prefer national park designation instead of the protected landscape area status, as the status is perceived to limit tourism activity. As for marketing purposes, the term protected landscape area is much used. A majority of the informants believed that national park designation would lead to an increase in visitor numbers for both their own business/organisation as well as the area in general. All informants believed that a national park designation would have a positive impact on marketing. Results were discussed in relation to tourism theories on attractions consisting of a nucleus (e.g. a sight, object, or event), a marker (i.e. information about a sight) and a tourist. The main emphasis was on the marker component of the attraction system. The results imply that the current conservation category protected landscape area has a limited ability to function as a marker. A majority of the informants believed that the term national park is more established, especially amongst foreign visitors, and therefore more effective in terms of marketing. This may imply that a national park designation has the ability to function as a marker.

Innhald

Føreord	i
Samandrag	ii
Abstract	iii
1.0 Innleiing	1
1.1 Bakgrunn for oppgåva	1
1.2 Problemstilling og avgrensing av oppgåva	3
1.3 Oppbygging av oppgåva	3
2.0 Teori	4
2.1 Attraksjonar og attraksjonssystemet	4
2.2 Verneområde som turistattraksjonar.....	9
2.3 Naturbasert reiseliv	11
3.0 Verneområde	12
3.1 Landskapsvernområde som verneform.....	12
3.2 Nasjonalpark som verneform	13
4.0 Verneområde og reiseliv	13
4.1 Reiseliv i norske verneområde	14
4.2 Merkevarer- og kommunikasjonsstrategi for norske nasjonalparker	17
4.3 Lokale aktørar.....	18
4.4 Fellesgode.....	19
5.0 Områdeskildring	20
5.1 Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde	20
5.1.1 Prøveordning med lokal forvaltning.....	21
5.2 Dyraheio landskapsvernområde.....	23
5.3 Lusaheia landskapsvernområde	23
5.4 Felles forvaltning	23
5.5 Villrein.....	25

5.5.1 Heiplanen	25
5.6 Nasjonalparkprosessen i SVR, Lusaheia og Dyraheio landskapsvernområde	27
6.0 Metode	30
6.1 Val av forskingsdesign	30
6.2 Casestudie	30
6.3 Kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode	31
6.4 Spørjeskjema	32
6.5 Intervju	33
6.6 Utval	35
6.7 Tolking av data.....	36
6.8 Reliabilitet og validitet.....	36
7.0 Resultat.....	37
7.1 Om informantane	38
7.2 Delproblemstilling 1: Korleis oppfattar informantane verneforma landskaps-vernområde og tilhøyrande verneføresegner mot. utvikling av naturbasert reiseliv?	38
7.3 Delproblemstilling 2: Korleis oppfattar informantane verneforma nasjonalpark i forhold til dagens verneform med omsyn til utvikling av naturbasert reiseliv?	41
7.4 Delproblemstilling 3: Korleis trur informantane at ein nasjonalparkstatus vil kunne påverke berørte og tilgrensande område?	44
7.5 Delproblemstilling 4: Korleis trur informantane at ein nasjonalparkstatus vil kunne påverke deira verksemd/organisasjon?	48
7.6 Delproblemstilling 5: Korleis oppfattar informantane landskapsvernområde-status kontra mogleg nasjonalparkstatus med omsyn til marknadsføring?	50
8.0 Drøfting.....	53
8.1 Landskapsvernområde som naturbasert reiselivsattraksjon	53
8.1.1 Føresetnader for naturbasert reiseliv	53
8.1.2 Landskapsvernområdestatus og attraksjonskraft	55
8.2 Potensiell nasjonalpark som naturbasert reiselivsattraksjon	56
8.3 Anbefalingar til vidare prosess	59

8.4 Metodekritikk	60
8.4.1 Styrkar ved metoden	60
8.4.2 Svakheitar ved metoden	60
9.0 Oppsummering og konklusjon	62
9.1 Refleksjon og vidare forskning	62
10.0 Kjelder	64
11.0 Vedlegg A: Spørjeundersøking	i
12.0 Vedlegg B: Intervjuguide	iv

1.0 Innleiing

1.1 Bakgrunn for oppgåva

Det naturbaserte reiselivet er ei næring i vekst og utgjer ein stadig større del av den globale turistindustrien (Eagles 2001; 2009). Ifølgje Fredman og Tyrväinen (2010) har natur spelt ein viktig rolle som attraksjonar i dei nordiske landa i fleire tiår og er stadig meir aktuell som arena for ressursutnytting i form av turisme, mellom anna som ein konsekvens av urbanisering og eit påfølgjande aukande behov for naturområde for rekreasjon og friluftsliv (Fredman & Tyrväinen 2010). Verneområde har dermed blitt arenaar for naturbasert reiseliv, og i den forbinding er det særleg nasjonalparkar som peikar seg ut (Fredman et al. 2007). Ifølgje King et al. (2012) er nasjonalpark globalt sett den mest betydningsfulle merkevara blant dei ulike formane for verneområde, og desse fungerer som store attraksjonar som tiltrekk seg eit stort antal besøkande verda over (Fredman et al. 2007).

Fleire studiar har teke for seg kva effekt statusen nasjonalpark har med omsyn til å tiltrekkje seg turistar (Weiler & Seidl 2004; Heiberg et al. 2005; Weiler 2006; Fredman et al. 2007; Wall Reinius & Fredman 2007). I studia til Weiler og Seidl (2004) USA tok dei for seg dei to verneformane nasjonalmonument og nasjonalpark i USA. Studiet viste at ei overgang til nasjonalpark førte til 11.642 fleire besøkande per år (Weiler & Seidl 2004). Ei meir heimleg studie om temaet vart utført i Sverige, og tok for seg endring i besøkstal i Fulufjället nasjonalpark før og etter at området fekk tittelen nasjonalpark (Fredman et al. 2007). Studiet synte at besøkstala auka med 40 prosent etter nasjonalparkopprettinga, men tok atterhald for at forhold som betra tilrettelegging, oppretting av eit besøkssenter og auka mediefokus kunne ha påverka besøkstala (Fredman et al. 2007). Sistnemnde undersøking danna mellom anna grunnlag for ei studie om verneområde som turistattraksjonar, og samanlikna dei tre verneformane nasjonalpark, verdsarvområde og biosfæreservat (Wall Reinius & Fredman 2007). Studiet viste at turistar opplev nasjonalparkstatus som mest attraktivt.

Mesteparten av forskinga innan feltet omhandlar etterspurnadssida, dvs. turistar og besøkande. Det fins generelt lite forskning om tilbodssida (Fredman & Tyrväinen 2010), noko som mellom anna skuldast mangelfulle definisjonar av sjølve omgrepet naturbasert reiseliv (Yuan & Fredman 2008).

Hausten 2014 vart det gjort kjent i media at det vurderast å gjere delar av Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde (SVR) til nasjonalpark (NRK 2014). Då saka vart kjent var prosessen heilt i startfasa, i form av at eit internt notat vedkomande saka var teke opp til drøfting i verneområdestyret (NRK 2014). Fleire politikarar og representantar frå verneområdestyret for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane, som har samla forvaltaransvar for SVR og sju andre tilgrensande verneområde, uttalte at nasjonalparkstatus ville ha stor verdi mot. marknadsføringa av Setesdal. Samstundes er det meir uklart kva brukarsida meiner om ein eventuell nasjonalpark, og dette dannar basis for oppgåva mi.

Med bakgrunn i forskning som er omtala i dette kapittelet, meiner eg at det vil vere av interesse å samanlikne dei to verneformane landskapsvernområde og nasjonalpark, og sjå kva tilbodssida av naturbasert reiseliv meiner om desse verneformane. I denne oppgåva ynskjer eg difor å undersøkje korleis aktørar som driv med naturbasert næringsverksemd i tilknytning til SVR, Dyraheio og Lusaheia landskapsvernområde oppfattar noverande verneform samanlikna med ein mogleg nasjonalparkstatus, og korleis dei trur dette vil kunne påverke området som naturbasert reiselivsattraksjon. I denne samanhengen vil aktørar seie verksemdar og organisasjonar som driv med naturbasert reiseliv i, eller i nærleiken av dei tre aktuelle landskapsvernområda. Omgrepet naturbasert reiseliv vil bli nærare presentert i kapittel 2, Teori.

1.2 Problemstilling og avgrensing av oppgåva

Problemstillinga for denne oppgåva er:

«Kan nasjonalparkstatus påverke dei tre landskapsvernområda Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, Lusaheia og Dyraheio, og nærliggande område, som naturbasert reiselivsattraksjon?»
Ettersom nasjonalpark-prosessen er i eit svært tidleg stadium har eg vald å introdusere fem underproblemstillingar for å kunne byggje opp under hovudproblemstillinga:

1. Korleis oppfattar informantane verneforma landskapsvernområde og tilhøyrande verneføreseger med omsyn til utvikling av naturbasert reiseliv?
2. Korleis oppfattar informantane verneforma nasjonalpark i forhold til dagens verneform med omsyn til utvikling av naturbasert reiseliv?
3. Korleis trur informantane at ein nasjonalparkstatus vil kunne påverke berørte og nærliggande område?
4. Korleis trur informantane at ein nasjonalparkstatus vil kunne påverke deira verksemd/organisasjon?
5. Korleis oppfattar informantane landskapsvernområdestatus kontra mogleg nasjonalparkstatus med omsyn til marknadsføring?

Oppgåva er geografisk avgrensa i den grad at ho tek for seg aktørar i, eller i nær tilknytning til landskapsvernområda SVR, Dyraheio og Lusaheia. Samstundes gjev problemstillinga(ne) ei tematisk avgrensing, i form av å samanlikne verneformene landskapsvernområde og nasjonalpark som naturbaserte reiselivsattraksjonar.

1.3 Oppbygging av oppgåva

Bakgrunnen for problemstillinga «Kan nasjonalparkstatus påverke dei tre landskapsvernområda Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, Lusaheia og Dyraheio, og nærliggande område om naturbasert reiselivsattraksjon?» er forankra i reiselivsteoriar om attraksjonar som vil bli presentert i påfølgjande kapittel. Oppgåva vil også omtale gjeldande verneområde si rolle i det naturbaserte reiselivet.

2.0 Teori

Det fins fleire publikasjonar knytt til verneområde og reiseliv som er relevante i forhold til denne oppgåva, men før ein går nærare inn på temaet verneområde som turistattraksjonar er det naudsynt å definere kva ein *attraksjon* er.

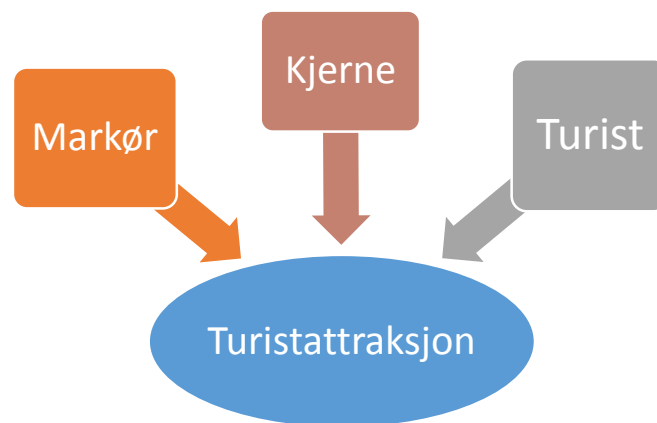
2.1 Attraksjonar og attraksjonssystemet

Ifølgje Wall Reinius og Fredman (2007) utgjer attraksjonar sjølv grunnlaget for fenomenet turisme og avgjer ofte kvifor turistar dreg dit dei gjer. Dette er mellom anna bygd på MacCannell (1976) sin teori om turistattraksjonar. MacCannell definerar ein turistattraksjon som eit empirisk forhold mellom ein *turist*, ein *sjåverdigheit* og ein *markør*. Døme på sjåverdigheitar kan vere alt i frå fjellkjeder, kjente personar sine gravkammer, til heile nasjonar (MacCannell 1976). Markør syner i dette tilfellet til informasjon om ein sjåverdigheit og kan t.d. vere informasjonstavler og guidebøker. Ifølgje MacCannell er markøren, eller representasjonen av sjåverdigheita, den fyrste kontakta turisten har med ei sjåverdigheit (1976). MacCannell hevdar vidare at dersom det ikkje eksisterer markørar som kan forklare kvifor ein sjåverdigheit er verd t å sjå, vil det vere umogleg for lekfolk å skilje mellom sjåverdigheitar og ikkje-sjåverdigheitar (1976).

Oppretting av nasjonalparker med tilhøyrande nasjonalparkstatus av myndighetene kan vere eit døme på å «markere» ein sjåverdigheit og indikere at staden er verdt å besøke. Denne fasen vert kalla for «naming phase» (MacCannell 1976). I forkant av denne fasa går den potensielle sjåverdigheita gjennom ein omfattande prosess og vert grundig undersøkt av ekspertar. Estetiske, historiske, økonomiske, sosiale og rekreasjonsmessige verdiar vert vurderte for å stadfeste autensiteten til sjåverdigheita (MacCannell 1976). Den påfølgjande fasa kallar MacCannell for «...the framing and elevation phase» (1976 s. 44). I «framing phase» vert det oppretta ei grense rundt sjåverdigheita, t. d. ved at sjåverdigheita vert beskytta av vakter. «Elevation phase» visar til fasa der sjåverdigheita vert sett på «utstilling»; t. d. ved å plassere sjåverdigheita på ein pidestall eller at sjåverdigheita vert opna for publikum (MacCannell 1976).

Leiper (1990) har vidareutvikla MacCannell si forskning og utvikla teorien om eit *attraksjonssystem*, men har vald å erstatte sjåverdigheit med omgrepet *nukleus*, eller *kjerne*

etter Gunn (1972) . Ifølgje Leiper er omgrepet sjåverdigheit nært knytt til sightseeing, og er ikkje dekkande for alle former for turisme (1990). Sightseeing vert skildra som ein aktivitet turistar som er mest vanleg fyrstegongs-besøkande, som ei form for «orienteringshandling» eller for å oppnå status ved å sei ein har sett ein kjent sjåverdigheit (Leiper 1990 s. 370). Leiper definerar følgjeleg ein turistattraksjon som eit meir generelt og vidare system beståande av ein turist, ein kjerne og ein markør (1990) (sjå fig. 1). Attraksjonar skildrast som eit system, eller delar av samanhengande element og kan også fungere som delsystem i større turistsystem (Leiper 1990).



Figur 1. Komponentane som utgjer ein turistattraksjon, etter MacCannell (1976) og Leiper (1990).

Kjernen i attraksjonssystemet kan beskrivast som den sentrale komponenten ved attraksjonen og kan ta form av ein sjåverdigheit, eit objekt, ein person, eit arrangement osv. (Gunn 1972; Leiper 1990). Ifølgje Leiper vil turistar vanlegvis ikkje berre oppsøkje ei, men fleire kjernar. Dette vert referert til som "kjernemiks" og skildrar kombinasjonen av kjernar som bidreg til turistar sine opplevingar i løpet av ein tur. Ei kjerne vil vere meir interessant for nokre turistar, medan ho vil vere mindre interessant for andre turistar. Ifølgje Leiper kan kjernar fordelast over ein spesifikk region, i nokre tilfelle heile kontinent eller nasjonar, eller meir avgrensa forhold som ein by, eit rom osv. Somme kjernar er så veletablerte og har så sterk påverknad på turistane sitt val av reisemål at dei ikkje er avhengige av andre kjernar i nærleiken, t.d. Taj Mahal og Grand Canyon (Leiper 1990). Ifølgje Gunn (1972) er nokre kjernar så sjeldne og sårbare at ein må ta spesielle omsyn i besøksforvaltninga. Dette kan innebære at ein held dei besøkande på ei viss avstand, t.d. ved bruk av utstillingar, simulatorar eller spesielle transportmiddel til sightseeing (Gunn 1972).

Vidare vert det føreslege eit kjernehierarki med primær, sekundær og tertiær- kjernar, som er avhengige av individuelle faktorar hjå kvar enkelt turist (Leiper 1990).

Kamfjord (2011) har med utgangspunkt i Leiper (1990) sin teori vald å nytte omgrepet attraksjon i staden for kjerne og delar attraksjonane inn i primær- sekundær og tertiærattraksjonar. Ein primærattraksjon er i følgje Kamfjord opplevingstilbod som er avgjerande for val av reisemål. Ifølgje Leiper er ein av føresetnadene for ein primærkjerne, eller attraksjon, at det eksisterar tilgjengeleg informasjon om attraksjonen, og at denne informasjonen har evna til å stimulere og motivere turisten til å oppsøkje den aktuelle attraksjonen (Leiper 1990). Ein sekundærattraksjon er eit opplevingstilbod som er kjent for turisten før reisa finn stad, eller som turisten vert oppmerksam på undervegs, men som ikkje er ikkje avgjerande for val av reisemål (Leiper 1990; Kamfjord 2011). Ein tertiærattraksjon er ein attraksjon som ikkje er kjent for turisten før val av reisemål, men som turisten vert klar over i løpet av reisa (Leiper 1990; Kamfjord 2011).

Ifølgje Kamfjord er det ikkje alltid gitt kva attraksjonar som er primærattraksjonar og legg til:

Det er ikke attraksjonen i seg selv som er en primær, sekundær eller tertiærattraksjon. Primær-, sekundær- eller tertiærattraksjoner kan bare bestemmes etter hvilke øye som ser, altså etter hvilke besøkende det er snakk om (2011 s. 66).

Turistar vert skildra som personar som befinn seg borte frå heimen i ei slik grad at oppførselen deira er motivert av faktorar knytt til fritid (Leiper 1990 s. 371). Denne vide definisjonen gjer det mogleg å inkludere t.d. personar som er på forretningsreise, men som i den frie tida av reisa vel å oppsøke ei kjerne/attraksjon (Leiper 1990).

Markørar utgjer den siste delen av attraksjonssystemet og fungerer som ein katalysatorar som bind kjerna og turisten saman (Leiper 1990). Ein turistattraksjonen oppstår når desse tre elementa vert kopla saman (Leiper 1990). Ifølgje Leiper har alle turistattraksjonar minst ein markør knytt til seg (1990). Gunn (1972) delar markørar inn i dei to kategoriane stadlege og ikkje-stadlege markørar, henhaldsvis markørar som er lokalisert ved kjerna og markørar som ikkje er lokalisert ved kjerna. Utifrå dette har Leiper (1990) utarbeida fire kategoriar for markørar:

1. Uavhengige markørar: Informasjon som fungerer uavhengig av lokaliseringa av kjerna/attraksjonen som det vert referert til. Delast inn i generande og transitt- markørar.

-**Genererande markørar:** Informasjon som turistar mottek før dei oppsøker kjerna/attraksjonen.

- **Transitt-markørar:** Informasjon turistar mottek på veg til kjerna.

2. Stadlege markørar: Informasjon som ein finn ved sjølve kjerna.

Leiper har forsøkt å eksemplifisere dei ovannemnde markørane si rolle gjennom prosessen med å velje reisemål og kva funksjon markørar kan ha (sjå tabell 1).

Ifølgje Leiper vert ikkje turistar drege tiltrukke av attraksjonar, men er styrt av deira eigen motivasjon. Motivasjonen dreg turisten mot ein stad, eller tilstelling der turisten sine behov vert dekt. Motivasjonen er avhengig av at det fins minst ein uavhengig markør samsvarer med behova til turisten (Leiper 1990).

Tabell 1. Markøren si rolle i turistprosessen, etter Leiper (1990).

Reisemotivasjon	Genererende markør		For at turisten skal bli motivert til å reise er det naudsynt med minst éin genererende markør som informerar om eit fenomen (primærkjerne) som fangar turisten si interesse
Val av destinasjon	På førehand: Genererende markør	Undervegs: Transittmarkør	For at turisten skal kunne velje reisedestinasjon er det naudsynt med minst éin uavhengig markør som gjev informasjon om ei kjerne.
Val av reiserute	Uavhengige markørar		For å velje reiserute er det naudsynt med fleire uavhengige markørar som avgjer kva som blir primær- og sekundærkjernar
Val av aktivitetar	Uavhengige markørar/ Stadlege markørar		Markørar kan avgjere kva aktivitetar turisten vil delta på/utføre både før og under turen
Identifisering av kjerne	Uavhengige markørar/Stadlege markørar		Dei fleste markørar inneheld informasjon om namnet på ei kjerne, som gjer det mogleg å identifisere denne
Finne kjerna	Uavhengige markørar/stadlege markørar		Informasjon i form av kart og vegskilt fungerer som markørar og gjer det mogleg å finne kjerna
Assosiasjonar til namn			Namnet på kjernane kan inneha positive /negative assosiasjonar for turistar. Positive assosiasjonar kan påverke motivasjon og tilfredsheit
Suvenir			Suvenir, gjerne i form av bilete bidreg til å hugse turistopplevingar. Bilete
Meiningar med turisme			Turistopplevinga er avhengig av ei form for mening. Dersom kjerna manglar ein markør vert kjerna markøren

Markørar har, som ein ser utifrå ovannemnde tabell, ei sentral rolle i turistattraksjonssystemet, og er avgjerande for kva attraksjonar som blir primær, sekundær og tærtierattraksjonar. Ifølgje Leiper kan for mange og motstridande markørar gjere eit attraksjonssystem defekt eller ufullstendig, medan fråveret av markørar gjer til at kjerna sjølv får rolla som ein markør (1990). For å forklare korleis ein markør faktisk oppstår syner Leiper til Urry (1988)si studie som går ut på at samfunnet heile tida sender informasjon til oss menneske. Denne informasjonen bidreg til å endre eller styrke meiningane som har blitt tileigna turistopplevinga .

2.2 Verneområde som turistattraksjonar

Naturressursar (t. d. fjell, innsjøar og skogar) utgjer sjølve grunnlaget for naturbasert reiseliv og tilbudssida er avhengige av naturressursar som er attraktive nok til å tiltrekke seg besøkande (Fredman & Tyrväinen 2010). Verneområde inneheld naturressursar av høg kvalitet, og mange verneområde har etter kvart vorte reiselivsprodukt som vert marknadsførde og selt som attraksjonar (Wall Reinius & Fredman 2007). Ifølgje Eagles (2001) er verneforma nært knytt nasjonalpark og naturbasert reiseliv; *nasjonalparkstatus* indikerar at eit område inneheld naturressursar av høg kvalitet, samt ein infrastruktur som er tilrettelagt for besøkande.

Fleire studie har undersøkt om nasjonalparkstatus har nokon effekt på besøkstal. Weiler og Seidl (2004) utførte ei studie i USA der dei undersøkte om nasjonalmonument som vart omgjorde til nasjonalparker opplevde auka besøkstal. Studiet tok for seg åtte nasjonalmonument som fekk nasjonalparkstatus i tidsperioden 1979 og 2000. Resultata frå studiet viste at nasjonalparkstatus leidde til 11 642 ekstra besøkande per år (Weiler & Seidl 2004). Fredman et al. (2007) si undersøking frå Fulufjället synte at nasjonalparken hadde ei auke i besøkande på nærmare 40 prosent samanlikna med året før området fekk nasjonalparkstatus. Sjølv om undersøkinga viste ei solid auke i besøkstal, er det mogleg at faktorar som auka tilrettelegging, mediefokus samt oppretting av eit nasjonalparksenter var medverkande årsakar til dette (Fredman et al. 2007).

Ifølgje Wall Reinius og Fredman (2007) kan MacCannell og Leiper sine teoriar om attraksjonar overførast til verneområde og deira rolle som attraksjonar. Når eit område får vernestatus som t.d. nasjonalpark, fungerer denne tittelen/statusen som ein markør som gjer det mogleg å skilje ulike formar for verneområde frå kvarandre, og ikkje minst å skilje verneområde frå ikkje verna område (Wall Reinius & Fredman 2007). Vidare påverkar ei slik «merking» turistane si oppfatting og kva dei forbind med verneområdet, og ein markør kan vere avgjerande for at turisten vel å besøke eit spesifikt område framfor eit anna (Leiper 1990). Ifølgje Weidel og Seidl (2004) kan tittelen nasjonalpark i seg sjølv formidle informasjon dersom det er lite anna informasjon tilgjengeleg om eit område. (Weiler & Seidl 2004; Weiler 2006).

Wall Reinius og Fredman si undersøking om ulike verneformar som attraksjonar er utført i Sverige og omhandlar korleis ulike formar for verneområde påverkar turistane sine val av reisemål. Undersøkinga var kopla opp mot teorien med attraksjonssystem, noko som

resulterte i ei hypotese om at vernestatus fungerer som ein *markør* for turistar og dermed indikerer at eit område er verdt å besøke (Wall Reinius & Fredman 2007). Studiet hadde som mål å avdekkje om teorien om verneområde som attraksjonar stemmer i praksis ved å undersøkje besøkstal i henholdsvis nasjonalparkar, biosfæreservat og verdsarvområde, og viste at turistar opplev nasjonalparkstatus som meir attraktiv enn dei to andre verneområdestatusane. Undersøkinga tok også for seg dei ulike vernekategoriene sine evne til å fungere som motivasjon for å reise og korleis dei påverkar destinasjonsval (Wall Reinius & Fredman 2007).

Ei undersøking frå norske verneområde tok mellom anna for seg marknadsføringseffekten av verneområde som merkenamn og spurde personar som driv med næring i ulike verneområde om korleis dei opplevde dette. Studiet synte at marknadsføringseffekten varierar med kva type kundar verksemdene har og at marknadsføringseffekten truleg er meir signifikant for verksemdar med utanlandske kundar (Heiberg et al. 2005). Fleire aktørar i tilknytning til Hardangervidda nasjonalpark meinte t.d. at merkenamnet Hardangervidda er så innarbeidd at nasjonalparkstatusen er mindre viktig (Heiberg et al. 2005). Vidare hevda Heiberg et al. at det verkar som om vernestatusen nasjonalpark er viktigare for utanlandske turistar enn for nordmenn, ettersom nordmenn «(...) kjenner til naturområdenes egne kvaliteter (...) og at (...vernestatusen da blir av mindre betydning (Heiberg et al. 2005 s. 58).

Problemstillinga til denne oppgåva vil fokusere på markør-komponenten i attraksjonssystemet, altså informasjon om eit fenomen som kan påverke turistar si oppfatning av ein attraksjon (Leiper 1990). Oppgåva vil forsøke å vurdere både dagens verneform, landskapsvernområde, og ein eventuell nasjonalparkstatus og deira evne til å fungere som markørar, basert på oppfatningane til aktørar innan naturbasert reiseliv. Utifrå teoriane til MacCannell (1976) og Leiper (1990), Eagles si studie (2001) og case studiet til Wall Reinius og Fredman (2007), har eg kome fram til eit forslag til ein modell som forklarar nasjonalpark som attraksjon (sjå fig. 2). Markøren er i dette tilfellet nasjonalparkstatus. Statusen nasjonalpark inneheld informasjon om eit områda, og indikerer at området inneheld naturressursar av høg kvalitet. Sjåverdigheita, eller kjernen, er todelt og består av naturressursar av høg kvalitet, samt tilrettelegging som gjer områda tilgjengelege (etter Eagles 2001). Den tredje komponenten er turistane, som er avgjerande for at attraksjonen i det heile vert til.



Figur 2. Komponentane som til saman utgjer attraksjonen nasjonalpark (basert på MacCannell 1976; Leiper 1990; Eagles 2001; Wall Reinius og Fredman 2007).

2.3 Naturbasert reiseliv

Ifølgje Fredman og Tyrväinen (2010) er den naturbaserte reiselivsnæringa prega av små verksemder og vanlegvis lokalisert i distrikta. Etersom denne oppgåva omhandlar aktørar som driv med nettopp *naturbasert reiseliv* er det naudsynt å avklare dette omgrepet nærmare. Dette er lettare sagt enn gjort, ettersom det eksisterer fleire ulike definisjonar. Mehmetoglu definerer omgrepet *naturbasert turisme* som «opplevingar eller aktivitetar som er direkte avhengig av naturen» (2007 s. 26). Vidare omtalar Mehmetoglu naturbasert turisme som eit samleomgrep for fleire typar turisme som øko-turisme, spennings- og eventyrreiser, kulturbasert turisme, berekraftig turisme, geoturisme og sol- og bad feriar. Ifølgje Mehmetoglu inngår lettare formar for naturbaserte aktivitetar som ein del av masseturismen, såkalla «naturbasert turisme light» (2007). Mehmetoglu sin definisjon er mellom anna henta frå Eagles (2001), som skildrar naturbasert reiseliv som reise som er avhengig av attributtar frå natur og miljø.

Rapporten «Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge» (Stensland et al. 2014) har definert naturbasert reiseliv utifrå Fredman et al. sin definisjon av *naturturisme* som inneber «menneske sine aktivitetar når dei besøker naturområde utanfor sinevanlege omgjevnader» (oversett frå svensk) (2009 s. 24). Naturbasert reiseliv og den naturbaserte reiselivsnæringa vert følgjeleg definert slik:

Naturbasert reiseliv omfatter menneskers aktiviteter når de besøker naturområder utenfor sine vanlige omgivelser. Den naturbaserte reiselivsnæringen er et samlebegrep som omfatter summen av bedrifter og organisasjoner med virksomhet som primært er rettet mot mennesker som besøker naturområder utenfor sine vanlige omgivelser (Stensland et al. 2014 s.10).

I høve denne oppgåva har eg vald å definere naturbasert reiseliv og den naturbaserte reiselivsnæringa ut i frå Fredman et al. (2009) og Stensland et al. (2014) sine definisjonar.

3.0 Verneområde

Det fins fleire typar verneområde og definisjonar på desse. Verdas naturvernunion (IUCN) har mellomanna utarbeidd eit kategorisystem for verneområde med globale, standardiserte definisjonar for å lette planlegging, etablering og forvaltinga av verneområde (Dudley 2008). Likevel varierer nytten og betydinga av desse definisjonane; dei fleste nasjonalparkane i England svarar til dømes IUCN kategorien landskapsvernområde (Dudley 2008).

I Noreg opererer ein med fem ulike formar for verneområde; naturreservat, biotopvernområde, nasjonalpark, marine verneområde og landskapsvernområde, kor naturreservat er den strengaste verneforma (Naturmangfoldloven 2009). I følgjande delkapittel vil dei to verneformane som er relevante for denne oppgåva, landskapsvernområde og nasjonalpark, bli presentert.

3.1 Landskapsvernområde som verneform

Naturmangfoldlova av 2009 definerar landskapsvernområde som

natur- eller kulturlandskap av økologisk, kulturell eller opplevelsesmessig verdi, eller som er identitetsskapende. Til landskapet regnes også kulturminner som bidrar til landskapets egenart (§ 36).

Landskapsvernområde er altså særeigne landskap med verneverdiar som er av økologisk, kulturell eller opplevings betyding. Landskapsvern kan kombinerast med fleire vernekategoriar, der særleg biotopvernområde er aktuelt (Ot.prp. nr. 52 (2008–2009)). Dette

er tilfellet i SVR der Steinsbuskardet -Hisdal biotopvernområde vart verna samstundes med landskapsvernområdet (SVR 2003).

Sjølv om opplevingsverdi vert nemnd i lova, vert det ikkje nærare skildra, og det er uklart kva verneforma inneber med omsyn til (naturbasert) reiseliv.

3.2 Nasjonalpark som verneform

Norske nasjonalparkar vert etter Naturmangfaldlova av 2009, §35 definert som følgjer:

Som nasjonalpark kan vernes større naturområder som inneholder særegne eller representative økosystemer eller landskap og som er uten tyngre naturinngrep.

Det er oppretta 44 nasjonalparkar i Noreg, kor sju er lokalisert på Svalbard. Om lag ti prosent av fastlandet i Noreg er verna som nasjonalparkar (Miljødirektoratet 2015). Rondane vart verna som fyrste nasjonalpark i 1962 (Miljødirektoratet 2013b). For å oppfylle Noregs forpliktingar i samband med konvensjonen om biologisk mangfald, vart det i St. meld. nr. 62 (1991-1992) Ny landsplan for nasjonalparker og andre større verneområder i Norge, lagt opp til å opprette 40 nye, større verneområde og utvide ti eksisterande nasjonalparkar innan 2008. I dag er dette målet i stor grad nådd og ifølgje verneområdestyret for Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane er opprettinga av nye nasjonalparkar difor avhengig av lokalt initiativ (April 2015).

4.0 Verneområde og reiseliv

Nasjonalparkar og andre verneområde utgjer viktige tilhaldsstader for biologiske habitat, økologiske prosessar, rein luft og vatn og individuelle artar. Ved å sikre slike viktige, naturlege prosessar bidreg ein og til å sikre helse og overleving hjå menneskje. (Eagles & McCool 2002). Nasjonalparkar og andre verneområde har også andre viktige funksjonar for oss menneskje i form av friluftsområde der ein kan lære om og setje pris på naturen. Dette vert stadig meir aktuelt ettersom me distanserar oss meir og meir frå naturen gjennom urbanisering osv. (Eagles & McCool 2002). Reiseliv spelar ei stadig viktigare rolle i dagens samfunn både i form av moglegheit for å «kome seg vekk», lærdom om nye kulturar og nytte tid med familie og

vener (Eagles & McCool 2002). Vidare gjev reiseliv moglegheitar for økonomisk vekst, mellom anna i attraksjonar som nasjonalparker og andre verneområde (Eagles & McCool 2002). Ifølgje Fredman (2004) tiltrekk nasjonalparker stadig fleire besøkande til urørte og unike naturmiljø og utgjer ressursar for næringsutvikling i både sjølv nasjonalparken samt nærliggjande område.

Samstundes er opprettinga av nasjonalparker jamt forbunde med konflikhtar mellom vern og bruk. Forvaltinga er nøydd til å finne ei balanse mellom det å verne naturressursar og leggje til rette for besøkande som vil oppleve naturverdiane som er bakgrunnen for sjølv opprettinga av nasjonalparken (Haukeland 2011). Ein er nøydd til å vege sjølv grunnlaget for vern, altså naturressursane, opp mot det å tillate besøkande å sjå og nyte verneverdiane (McCool 2009). Ifølgje Haukeland (2011) oppstår det ofte konflikhtar mellom turistaktørar og forvalting fordi turistinformantane er avhengige av naturressursane i nasjonalparken, og dermed er nøydd til å forhalde seg til ei restriktiv forvalting.

4.1 Reiseliv i norske verneområde

I forvaltinga av norske nasjonalparker har naturvern vanlegvis blitt sett framom utvikling av reiseliv (Haukeland 2011). Dette kan ein mellom anna sjå i form av lite utbygd infrastruktur (Higham & Vistad 2011). Ifølgje Higham og Vistad utgjer stiar, merka og kvista løyper det meste av infrastruktur, i tillegg til Den Norske Turistforening (DNT) sitt nettverk av ubetjente, sjølvbetjente og betjente hytter i dei fleste nasjonalparkane. Mesteparten av DNT sine hytter vart sett opp før områda vart verna (Higham & Vistad 2011). Å leggje til rette for reiseliv i verneområde stiller krav til infrastruktur, t.d. i form av vegutbygging, parkeringsplassar, besøkssenter, skilt og liknande. Slike utbyggingar legg til rette for fleire besøkande noko som er med på å leggje eit ytterlegare press på verneverdiane. Difor stiller det å oppretthalde ein berekraftig balanse store krav til forvaltinga (McCool 2009).

Etter tusenårsskiftet har haldninga til bruk og vern i verneområde blant forvaltinga endra seg, mellom anna som følgje av nedgonga i den tradisjonelle landbruksnæringa og følgjande framvekst av naturbasert reiseliv som ei (tilleggs)næring i distrikta (Haukeland et al. 2010). Sidan den gong har det kome sterke politiske signal om næringsverksemd i verneområde.

Ifølgje den såkalla «Fjellteksten» som var ein del av Bondevik-Regjeringa sitt reviderte nasjonalbudsjett for 2003, vert det lagt opp til å leggje til rette for auka verdiskaping og næringsutvikling i fjellområda, deriblant nasjonalparkar og andre verneområde. Nasjonalparkar og andre verneområde vert skildra som særneigne område «...som vil kunne fungere som «trekkplaster» for turister og gi nasjonalparkkommunene et ekstra fortrinn i reiselivssammenheng» (St. prp. nr. 65 (2002-2003) s. 141). Vidare seier Fjellteksten at verneområda innehar potensiale med tanke på reiseliv og opnar opp for «for økt miljøtilpasset turismevirksomhet som ikke kommer i konflikt med verneformålet i nasjonalparkene» (St. prp. nr. 65 (2002-2003) s. 150). Sjølv om naturen og verneverdiane skal stå i fokus, vert det opna opp for tilrettelegging og fleirbruk av områda.

Fjellteksten nemner også spesifikt verneforma landskapsvernområde, og moglegheita for å drive «mindre, miljøtilpasset turistverksomhet innenfor rammen av verneformålet» (St. prp. nr. 65 (2002-2003) s. 150). Ifølgje Fjellteksten vil det vanlegvis vere enklare å få utføre tilretteleggingstiltak for turistverksemdar i landskapsvernområde enn i nasjonalparkar. Det vert også uttrykt at ikkje-kommersielle og kommersielle turisttiltak skal vurderast på same måte, og at det er grad av innverknad på verneføremålet som skal vere avgjerande for om ein aktør får lov til å setje i gong tiltak innan nasjonalparkar og landskapsvernområde. Regjeringa oppheva som følge av Fjellteksten forbodet mot kommersiell turisme i dei tre nasjonalparkane Jotunheimen, Reisa og Saltfjellet (St. prp. nr. 65 (2002-2003)) og signaliserte dermed at ein var eit steg nærare med å kombinere bruk og vern i verneområde.

Eitt av prosjekta som vart sett i gong som følge av Fjellteksten var «Turistbasert næringsvirksomhet i verneområder- muligheter og utfordringer» og var eit samarbeid mellom NORSKOG og Norsk Institutt for naturforvaltning (NINA) (Heiberg et al. 2005). Som fyrste del av prosjektet vart det sett i gong eit forprosjekt som mellom anna hadde som mål (...) å kartlegge bredden av næringsaktiviteter i norske verneområder (...) (Heiberg et al. 2005 s. 4). Forprosjektet synte at turisme i norske verneområde i hovudsak er knytt til dei to vernekategoriene nasjonalparkar og landskapsvernområde. Ifølgje Heiberg et al. er det meste av kommersiell aktivitet i norske verneområde knytt til nasjonalparkane Jotunheimen, Jostedalbreen. Hardangervidda, Rondane og Dovrefjell. Kommersiell aktivitet innan landskapsvernområde er hovudsakeleg konsentrert til fjordlandskapet på Vestlandet, eit

område som var prega av aktivitet også før vernet (t.d. cruiseturisme i Geirangerfjorden og Nærøyfjorden) (Heiberg et al. 2005).

Regjeringa sin reiselivsstrategi for 2007 byggjer vidare på signala frå Fjellteksten, og omtalar mellom anna potensialet for berekraftig reiseliv i nasjonalparkar og andre store verneområde (Nærings- og handelsdepartementet 2007). Opparbeiding av stiar og etablering av parkeringsplassar og informasjonsordningar i delar av verneområda vert nemnd som skånsame tiltak som kan løfte verneområda i reiselivssamanhang. Ifølgje strategien er det også moglegheit for næringsutvikling i randssoner, noko som også kan bidrage til å skåne verneområda og gjere dei meir tilgjengelege (Nærings- og handelsdepartementet 2007).

Av konkrete tiltak vert det innført ordningar der kommunar som er berørt av nasjonalparkar kan søkje om å bli *nasjonalparkkommunar*, samt eit pilotprosjekt med *nasjonalparklandsbyar* (Nærings- og handelsdepartementet 2007). Ordninga inneber mellom anna ein varemerkebeskytta logo til bruk i marknadsføring av områda (Nærings- og handelsdepartementet 2007). Kommunen må ha minst 30 prosent, eller 300 km² for å kvalifisere til nasjonalparkkommune. Alternativt må kommunen ha areal i ein nasjonalpark og vere del av eit interkommunalt samarbeid med andre nasjonalparkkommunar. Dersom kommunen har eit autorisert nasjonalparksenter, eller informasjonsenter med samarbeidsavtale med eit nasjonalparksenter, er dette også eit kriterie som kvalifiserar kommunen til statusen nasjonalparkkommune (Miljøverndepartementet 2008). Nasjonalparklandsbyar vert skildra som «livskraftige samfunn som har en naturlig kontakt og beliggenhet til nasjonalparken» (Miljøverndepartementet 2008 u. sidetal). For å kvalifisere til nasjonalparklandsby må staden vere ein naturleg innfallsport til nasjonalparken, samt tilby informasjon, overnatting, guiding og tilrettelegging med meir (Miljøverndepartementet 2008)

I 2009 vart det femårige programmet "Naturarven som verdiskapar" sett i gong, med mål om å bidrage til auka verdiskaping i distrikt med verneområde (Prop. 1 S (2009–2010)). Programmet løyvde stønad til i alt 15 prosjekt for å syne måtar å foreine vern og økonomisk- og sosial/kulturell verdiskaping (Miljødirektoratet 2013a). Blant tiltaka som vart gjennomført som følgje av programmet inkluderte tilrettelegging (m. a. stiar, innfallsportar til verneområde og sykkeltrasear), skjøtsel, produktutvikling, marknadsføring og informasjons- og haldningsarbeid (Miljødirektoratet 2013a).

I Regjeringa sin reiselivsstrategi for 2012 vert reiselivet skildra som ei av dei raskast vaksande næringane i verda, og som eit særskild satsingsområde for den norske regjeringa. Mange av dei attraktive reiselivsressursane er lokalisert i distrikta, og ifølgje reiselivsstrategien er reiselivet ei viktig næring i desse områda (Nærings- og handelsdepartementet 2012). For å styrke satsinga på norsk reiseliv vert det føreslege tre overordna mål:

- 1) Økt verdiskaping og produktivitet i reiselivsnæringen.
- 2) Flere helårs arbeidsplasser og mer solide bedrifter, særlig i distrikts-Norge.
- 3) Flere unike og kvalitativt gode opplevelser som tiltrekker seg flere gjester med høy betalingsvillighet (Nærings- og handelsdepartementet 2012 s. 4).

Dei naturgjevne forholda i Noreg vert trekt fram som ein stor konkurransefordel, og gjev grunnlag for eit breitt tilbod av opplevingar. Ifølgje reiselivsstrategien kan naturressursar av høg kvalitet og utnytting av desse i reiselivssamanheng vere med på å forsvare eit lønsamt prisnivå innan reiselivsnæringa. Det vert det eksplisitt uttrykt at "nasjonalparker og andre verneområder kan ha stor betydning som attraksjoner i reiselivssammenheng» (Nærings- og handelsdepartementet 2012 s. 55). Det vert vidare uttrykt at det er ynskjeleg at «det legges bedre til rette for bruk av natur og kulturarven i reiselivssammenheng» (Nærings- og handelsdepartementet 2012 s. 78). Som forslag til tiltak vert det m. a. nemnd betre utnytting av reiselivsprodukt i tilknytning til store verneområde og leggje til rette for opplevingar som ikkje strid mot verneføremål (Nærings- og handelsdepartementet 2012).

Andre konkrete tiltak som vart nemnd i reiselivsstrategien var forsterking av nasjonalparksentra og utarbeiding av ein heilskapleg merkevareprofil for nasjonalparkane i Noreg. (Nærings- og handelsdepartementet 2012), dette vil bli omtala i påfølgjande delkapittel.

4.2 Merkevare- og kommunikasjonsstrategi for norske nasjonalparker

I april 2015 vart ein ny, felles merkevare –og kommunikasjonsstrategi for norske nasjonalparker lansert Miljødirektoratet. Målet med strategien er i følge Miljødirektoratet mellom anna å auke talet på besøkande i nasjonalparker og gjere nasjonalparkane til meir tydelege attraksjonar gjennom ein ny, felles visuell profil (2014). Fleire offentlege og private

interessentar aktørar med tilknytning til nasjonalparkane har arbeidd saman under leiing av Miljødirektoratet. Desse inkluderar mellom anna nasjonalparkstyra, Innovasjon Norge og lokale reiselivsaktørar (Miljødirektoratet 2014). Vidare omtalast strategien slik:

Strategien skal gje nasjonalparkane ein meir tydeleg identitet, som gir oss alle eit meir felles bilete av kva ein nasjonalpark er. Informasjonen om nasjonalparkane skal bli betre. På sikt skal besøkande i parkane også møte tilrettelegging og infrastruktur som er meir lik enn i dag, og av høg kvalitet (Miljødirektoratet 2014 paragraf 4)

Snøhetta Design har hatt ansvaret for å utarbeide det visuelle uttrykket, i form av ein portal som skal symbolisere «velkommen inn, nyt den flotte naturen» i staden for «OBS! Vernet område. Her er det mye som ikke er lov» (Regjeringen.no 2015).

Ifølgje Miljødirektoratet er det venta at den nye visuelle profilen vil føre til aukande interesse og fleire besøkande i nasjonalparkane (2014). For å førebu nasjonalparkane på dette har det blitt vald ut fire parkar som skal fungere som pilotar for besøksforvaltning; Jotunheimen, Rondane, Varangerhalvøya og Hallingskarvet (Miljødirektoratet 2014).

4.3 Lokale aktørar

Ifølgje Higham og Vistad (2011) er konflikhtar mellom forvaltning og turistaktørar i norske verneområde prega av mangel på kommunikasjon og gjensidig forståing. Forvaltingsmyndigheitene si frykt for å miste kontroll over styringa av verneområda vert skildra som ein medverkande faktor til at reiselivsnæringa og andre interesser ikkje får utnytte verdiskapingspotensialet i norske verneområda i større grad (Higham & Vistad 2011). Ifølgje Haukeland (2011) er støtte frå lokale aktørar ein viktig suksessfaktor ved opprettingar av nasjonalparkar. Reiselivsverksemdar utgjer ei viktig undergruppe blant desse. Undersøkingar frå Rondane og Jotunheimen nasjonalparkar synte at reiselivsverksemdene i lita grad følte seg inkluderte i samband med utarbeiding av forvaltingsplanar, og at dei generelt hadde lita innflytelse på vedtak (Haukeland 2011). Informantane oppfatta verneforskriftene som svært strenge i forhold til moglegheit for næringsutvikling og opplevde at forvaltninga hadde lite kunnskap om næringsverksemd og turisme i nasjonalparkar (Haukeland 2011).

4.4 Fellesgode

Attraktive naturressursar er ein føresetnad for naturbasert reiseliv og attraktiviteten og åtgonga til desse er vanlegvis styrt av offentlege aktørar, grunneigarar og ideelle organisasjonar (Lundberg & Fredman 2012). I Noreg er naturen eit fellesgode som mellom anna er sikra gjennom allemannsretten (Friluftsløven 1957; Kamfjord 2011) og opplevingar i nasjonalparkar og andre verneområde er i så måte døme på fellesgode. Fellesgode kan ifølgje Bugge (2009) skildrast som eit gode som alle har adgang til å nytte.

Ifølgje Kamfjord (2011) kan fysisk tilrettelegging av frie naturgodar vere konfliktfylt, ettersom det kan opplevast som både positiv tilrettelegging for rekreasjon og vesentleg inngrep i urørt natur. Ettersom tilgangen til naturressursane er utan kostnad, gjev det grunnlag for verdiskaping i andre ledd av økonomien slik som reise og innkvartering (Lundberg & Fredman 2012). Dette er også omtala i Regjeringa si reiselivsstrategi, der det norske natur og kulturlandskapet vert skildra som viktige ressursar og fellesgode som reiselivsnæringa kan dra nytte av (Nærings- og handelsdepartementet 2012). Ettersom desse fellesgoda i stor grad er eigd og forvalta av jord- og skogeigarar er det naudsynt å sikre eit godt samarbeid med desse (Nærings- og handelsdepartementet 2012).

5.0 Områdeskildring

Før ein ser på dei potensielle verknadene av ein nasjonalpark i tilknytning SVR, Dyraheio og Lusaheia er det ein fordel å danne seg eit bilete av tidlegare og noverande forhold, samt bakgrunnen for vern. Dei tre landskapsvernområda som er omfatta av forslaget om nasjonalpark per mai 2015 vil fyrst bli presentert kvar for seg. Etersom SVR er det største av dei tre områda mot. areal og bidreg med mest areal i forslaget til nasjonalpark per mai 2015 vil dette landskapsvernområdet bli grundigare omtala enn Dyraheio og Lusaheia. SVR er også det området informantane i oppgåva har mest aktivitet i. Kapittelet vil også ta for seg tema knytt til forvaltning av områda. Deretter følgjer ei omtale av planane om nasjonalpark slik dei føreligg per i dag, basert på informasjon frå verneområdestyret for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane.

5.1 Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde

Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde er det nest største verneområdet i Noreg og strekk seg gjennom dei tre sørlegaste fylka i Noreg (Forskr. om vern Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane 2000). Området dekkjer eit areal på om lag 2345 km² som fordelar seg over følgjande kommunar; Bykle, Valle og Bygland (Aust-Agder), Sirdal, Kvinesdal og Hægebostad (Vest-Agder) og Forsand (Rogaland) (Forskr. om vern Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane 2000). Omtrent ein tredjedel av verneområdet tilhøyrar private grunneigarar, medan det resterande arealet er statsgrunn og eigast av Statskog. Dei lokale fjellstyra har forvaltar ressursar som jakt og fiske i dei statleg eigde områda (SVR 2003). Statsgrunnen har også tilnamna Heiberghiane og Njardarheim, noko som vil bli omtala seinare i dette kapittelet.

Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde vart verna i 2000, med føremål om

1. Å ta vare på eit samanhengande, særmerkt og vakkert naturområde med urørte fjell, hei og fjellskogsområde med eit særmerkt plante- og dyreliv, stølsområde, beitelandskap og kulturminne.
2. Å ta vare på eit samanhengande fjellområde som leveområde for den sørlegaste villreinstamma i Europa (Forskr. om vern Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane 2000).

SVR utgjer den sørlegaste delen av Langfjella og landskapet varierar frå låge heiar i sørlege og vestlege delar til høgfjell i dei nordre delane (SVR 2003). Det er også store kontrastar mot.

klima, geologi og vegetasjon. Området utgjør den sørlege grensa for utbreiinga av mange alpine plante og dyreartar, og er som nemnd i verneforskrifta leveområde for Europas sørlegaste villreinstamme (SVR 2003). Det er lange tradisjonar for jakt, fangst og fiske samt mineralutvinning i området. Heieområdet har også i lange tradisjonar for stølsdrift og heieslått, og dette heldt fram til rundt 1950. Fleire av dei gamle stølane er no forfalne eller bygde om. Heiene har og vert framleis i stor grad nytta som beiteområde for sau, og i den forbindelse har det blitt sett opp fleire driftebuer. Som følgje av alle desse aktivitetane har området etter kvart blitt ein representant for verdifulle kulturlandskap, og dette inngår også som ein del av verneføremålet (SVR 2003). Samstundes er SVR prega av vasskraftutbyggingar. Mange vatn (m.a. Blåsjø, Rosskrepp, Svartevatn) er regulerte og fleire elvestrekningar er turrlagde som følgje av dette. Det har også blitt anlagt fleire vegar og oppført kraftliner i samband med vasskraftutbygging (SVR 2003).

I tida frå 1904 til 1916 kjøpte den velstående forretningsmannen Thorvald Meyer Heiberg opp om lag 1 million dekar av heieområda i Setesdal og Ryfylke, og i 1915 vart han den største private grunneigaren i Noreg (Frøstrup & Vigerstøl 1992). Bakgrunnen for oppkjøpet var Heiberg si interesse for jakt, og områda vart leigd ut til velstående troféjegarar frå Europa (Helle-Olsen et al. 2004). Villreinen var Heiberg sitt største fokus, i ei tid der villreinstamma var faretrugande låg. På folkemunne fekk heieområda etterkvart tilnamnet Heibergheiane (Helle-Olsen et al. 2004). Målet med oppkjøpet vart etter kvart å byggje opp eit enormt villreinområde frå Sirdal i aust til Røldal i vest, og å auke villreinstamma til så mykje som 50.000 dyr (Frøstrup & Vigerstøl 1992). I 1928 talde villreinstamma 1.200 dyr, dette talet hadde auka til 15.000 dyr i 1937 (Frøstrup & Vigerstøl 1992). Planane om ein villreinpark vart ikkje noko av, og då krigen braut ut vart etter kvart Heibergheiane tvangsseid til nazistane. Vidkun Quisling gav området namnet Njardarheim Veidemark (Helle-Olsen et al. 2004). I dag vert både Njardarheim og Heibergheiane nytta i omtala av dei statleg eigde område i SVR.

5.1.1 Prøveordning med lokal forvaltning

I samband med behandlingsprosessen for ny landsplan for nasjonalparkar og store verneområde vart det uttrykt at lokale interesser skulle involverast meir i verneprosessar (Falleth & Hovik 2006). På den måten skulle gjennomføringa av vern oppnå større aksept i

lokalsamfunna (Falleth & Hovik 2006). I løpet av verneprosessen med SVR gjorde Stortinget det mogleg å innføre lokal medverknad i forvaltinga av store verneområde, og i 2001 vart Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde og Steinsbuskardet- Hisdal eitt av fire store verneområde som Direktoratet for naturforvalting valde til å deltaka i ei prøveordning med lokal forvalting (Falleth & Hovik 2006). Forvaltingsmyndet vart delegert frå Miljøverndepartementet til kommunane i SVR for ein prøveperiode på fem år (SVR 2003). Kommunane fekk då forvaltingsmynde for sine respektive areal innan verneområdet. For å sikre samarbeid på tvers av dei berørte kommunane vart det oppretta eit interkommunalt styre som skulle ha ansvar for utarbeiding av forvaltingsplan og påfølgjande prøveordning med praktisk forvalting (SVR 2003). Eit forvaltingssekretariat skulle ha ansvar for å samordne lokal forvalting, samt utarbeidinga av forvaltingsplanen.

På oppdrag frå Direktoratet for naturforvalting utførte Norsk Institutt for By- og Regionsforskning (NIBR) ei evaluering av forsøket med lokal forvalting (Falleth & Hovik 2006). Hovudformålet med evalueringa var «(...) å se i hvilken grad kommunal forvaltning i tilstrekkelig grad tar hensyn til villreinsens leveområde og et naturområde (verneformålene), og ivaretar mål om en demokratisk og effektiv forvaltning» (Falleth & Hovik 2006 s. 9).

I forvaltingsplanen for SVR vert det uttrykt at «ein vil forme ein forvaltingspolitikk som ikkje representerer statisk vern, og såkalla "hermetisering", men bruk og vern i eit langsiktig, berekraftig perspektiv» (SVR 2003). Ifølgje evalueringa var hovudutfordringa ved prøveordninga å balansere vern og bruk og å sikre villreinen sine leveområde ved bruk av restriksjonar på tiltak og motorferdsle (Falleth & Hovik 2006 s.9).

I samband med prøveordninga vart det i samsvar med Fjellteksten sett i gong eit prosjekt for å fremje naturbasert næring i randsona til verneområdet, kalla « Frå Gråberg til Gull» (Falleth & Hovik 2006). Dette var eit treårig prosjekt frå 2008-2011 (Tjordal Haugen 2009). I følgje heimesida til prosjektet var formålet "å mobilisere kreativitet og tiltakslyst for ei berekraftig næringsutvikling med utgangspunkt i dei kulturhistoriske og naturgjevne forhold som finst i heiane" (Tjordal Haugen 2009). Dette skulle mellom anna gjerast ved å utvikle ein besøks- og informasjonsstrategi og bidrage til å utvikle næringsprosjekt i tilknytning til SVR (Tjordal Haugen 2009), men det har ikkje kome nokon rapport eller annan tekstbaserte resultat av prosjektet.

NIBR si sluttevaluering av prøveordninga med lokal forvaltning synte at konfliktnivået hadde auka i løpet av den femårige prøveperioden (Falleth & Hovik 2006). Dette var ein konsekvens av langvarige ueinigheitlar mellom villreinforvaltning og kommunane, samt nasjonale mål om å både legge til rette for naturbasert næring og sikre villreinen sine leveområde (2006). Ifølgje Falleth og Hovik viste prøveforsøket at det var vanskeleg å foreine desse to måla i praksis (2006).

5.2 Dyraheio landskapsvernområde

Dyraheio landskapsvernområde ligg i Suldal kommune i Rogaland og omfattar eit areal på om lag 304 km², der 87 km² er statleg eigd grunn (Suldal Statsallmenning) (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015). Området vart verna som landskapsvernområde med biotopvern i 1997, med føremål om å

ta vare på eit særmerkt fjellområde med urørt natur, rikt planteliv med m.a. bergjunker, verdifulle stølsområde og beitelandskap, eldre og nyare kulturminne etter støling, heibeiting, jakt, fiske og fangst. Føremålet er også å ta vare på viktige leveområde for viltet, spesielt å sikre eit samanhengande fjellområde og delar av livsgrunnlaget for den sørlegaste villreinstamma i Europa (Forskrift om Dyraheio landskapsvernområde 1997).

Landskapsvernområdet er lokalisert aust for Suldalsvatnet og har si nordlege avgrensing ved Bleskestadmoen og si sørlege avgrensing ved Blåsjø og Odden. Samstundes med opprettinga av landskapsvernområdet vart det beslutta å verne Holmavassåno som biotopvernområde (Forskrift om Dyraheio landskapsvernområde 1997).

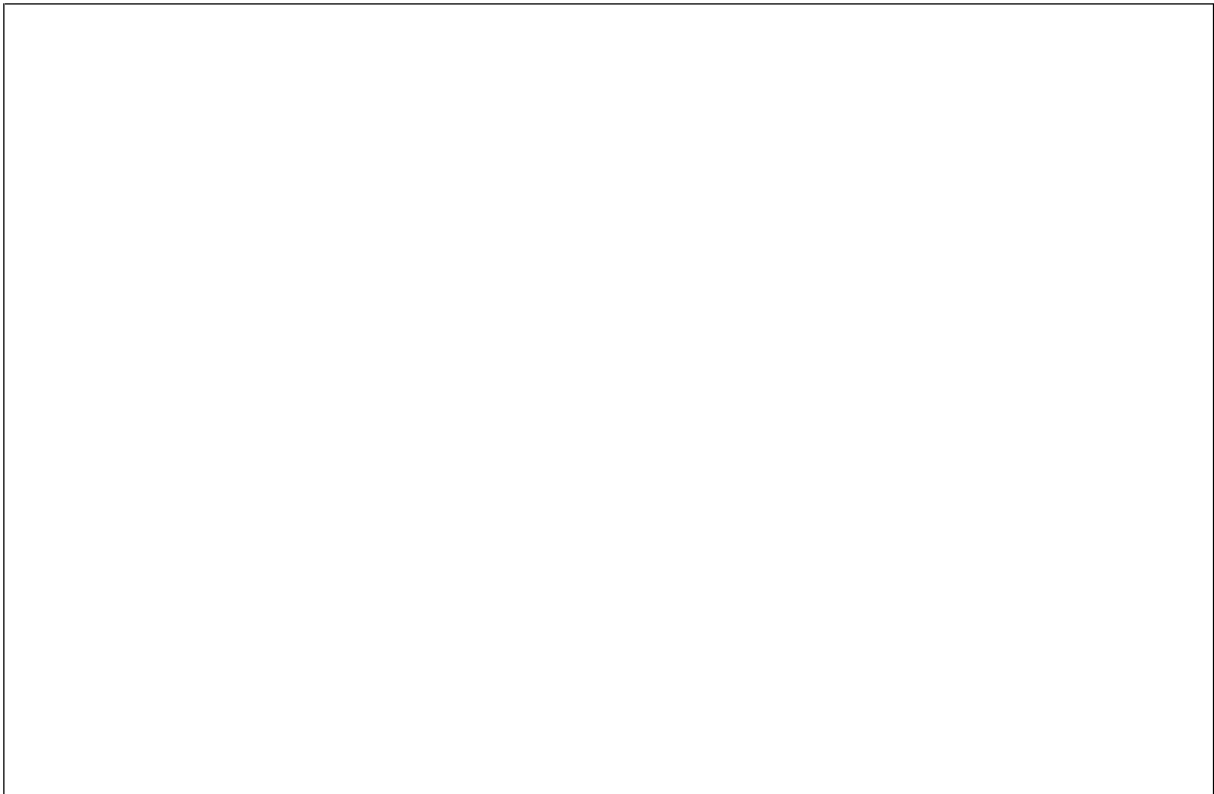
5.3 Lusaheia landskapsvernområde

Lusaheia landskapsvernområde er lokalisert i Hjelmeland kommune i Rogaland og omfattar eit areal på 122 km². Området vart verna i 1991 med føremål om å «å ta vare på eit særmerkt og vakkert høgfjellslandskap som inneheld sjeldsynte og sårbare naturelement» (Forskrift om Lusaheia landskapsvernområde 1991).

5.4 Felles forvaltning

I samsvar med ny forvaltingsmodell for nasjonalparkar og andre store verneområde vedteke av Miljøverndepartementet i 2009, vart det i mars 2011 konstituert eit verneområdestyre som

skulle ha ansvaret for forvaltinga av åtte tilgrensande verneområde i den sør- og sørvestlege delen av Noreg. Av desse er fem landskapsvernområde; Lusaheio, Vormedalsheia, Dyraheio, Kvanndalen og Frafjordheiane (Rogaland), Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane (Aust-Agder, Vest-Agder og Rogaland) og to biotopvernområde; Steinsbuskaret-Hisdalen (Aust-Agder) og Holmavassåno (Rogaland) (sjå fig. 3) (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015).



Figur 3. Oversiktskart over dei åtte verneområda som inngår i Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015) .

I den nyleg vedteke forvaltingsplanen for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane har verneområdestyret via eit delkapittel til "Jakt, Fiske, Ferdsel og Turisme", der naturbasert reiseliv vert omtala (2015). Verneområdestyret uttrykkjer mellom anna at «...ein bør legge til rette for at naturbasert reiseliv kan utvikle seg og vekse...Det er likevel viktig å vere tydeleg på at vernet òg set sine grenser slik at ein ikkje skaper urealistiske forventingar» (2015 s. 65). Ifølgje verneområdestyret er det utfordrande å balansere bruk og vern: "Ofte vil ikkje sjølve aktivitetane, som til dømes guida turar, vere problematiske i høve til verneverdiane, men eventuelt tilhøyrande motorferdsel og bygningstiltak kan vere

problematiske" (2015 s. 65). Omsynet til villreinen vert nemnd som særleg utfordrande og søknadar om aktivitet i sentrale leveområde for villrein vil måtte vurderast ekstra nøye. Ifølgje verneområdestyret er det ikkje lett å gje overordna retningslinjer for kva tiltak som kan tillatast. Samstundes vert det uttrykt at forvaltinga ynskjer ein dialog med moglege aktørar og sjå om ein kan finne løysingar som bevarer både verneverdiar og reiselivsinteresser (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015). Aktørar som ynskjer å drive næringsaktivitet i verneområda vert oppmoda om å involvere verneområdestyret i planane så tidleg som mogleg, slik at dette kan avklarast (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015).

5.5 Villrein

Omsynet til villreinen inngår i verneformåla i verneforskriftene til både SVR og Dyraheio, og samtlege av dei tre landskapsvernområda inngår i Noreg sitt sørlegast villreinområde Setesdal- Ryfylkeheiene (SR) (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015). Ifølgje Bevanger og Jordhøy (2004) er SR det mest marginale villreinområdet i Noreg. Kystklimaet gjer at beita ofte vert isa ned i løpet av vinteren, noko som førar til dårlege vinterbeite (Bevanger & Jordhøy 2004). I tillegg er dei sentrale delane av området i stor grad prega av menneskelege inngrep, og SR er det villreinområdet i Noreg med flest vasskraftutbyggingar (Bevanger & Jordhøy 2004). Dei omfattande vasskraftutbyggingane ved Blåsjø har m.a. gjort til at villreinstamma i stor grad er delt i to stammar nord og sør for dammen (Strand et al. 2011). Sjølv om villreinen ikkje er truga som art korkje internasjonalt eller i Noreg, har den intensive samfunnsutviklinga bidrege til å fragmentere villreinen sine leveområde (Heiplanen 2013). Noreg har eit internasjonalt ansvar for å ta vare på villreinen og sikre arten sine leveområde gjennom Bern-konvensjonen, og i St. meld. nr. 21 (2004-2005) er sikring av villreinens sine leveområde nemnt som eit nasjonalt mål. Dette målet vert vidareført i St. meld. Nr. 26 (2006-2007) gjennom tilråding om utarbeiding av regionale planar for å sikre villreinen sin plass i norske fjellområde.

5.5.1 Heiplanen

For å sikre villreinen sin sentrale plass i den norske fjellfaunaen sendte Miljøverndepartementet i 2007 ut eit bestillingsbrev der Fylkesmennene vart bedne om å

utarbeide regionale planar for å sikre ein langsiktig og heilskapleg strategi for å sikre villreinen sine leveområde (Miljøverndepartementet 2007). I bestillingsbrevet vert villreinen skildra "som en ressurs og et fortrinn som kan bidra positivt ved stedsutvikling og verdiskaping lokalt" (Miljøverndepartementet 2007 s. 2). Heiplanen vart godkjent av Miljøverndepartementet i 2013 og omfattar delar av Agder-fylka, Rogaland, Hordaland og Telemark fylke (Heiplanen 2013). Heiplanen skal fungere som ein retningsgjevande plan for arealforvaltinga i berørte kommunar etter plan- og bygningslova (Heiplanen 2013). I verneområda er det verneområdestyret som har forvaltingsmynde, og planen har soleis ikkje nokon juridisk innverknad. Samordning med Heiplanen har likevel vore viktig i utarbeidinga av noverande forvaltingsplan, slik at forvaltingspraksisen i og utanfor verneområda vert mest mogleg lik (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015). På bakgrunn av omsynet til villreinen er det etablert fire omsynssoner (Heiplanen 2013) (sjå tabell 2).

Tabell 2. Omsynssoner i Heiplanen, etter Heiplanen (2013).

1) Nasjonalt villreinområde (NVO)	• Villreinen skal ha fortrinn
2) Trekkområde	• Villreinen sine interesser vedkomande trekk skal prioriterast
3) Villrein (randsone)	• Forholdet til villreinen skal avklarast gjennom konsekvensutreiingar
4) Bygdeutviklingssone	• Omsynet til villreininteressene er avklart

NVO er den omsynssona som er av størst relevans for naturbasert reiseliv i verneområde. Sjølv om planen presiserar at villreinen sine interesser skal "...tillegges stor vekt i all arealforvalting og saksbehandling" (Heiplanen 2013 s.16), vert det uttrykt at landbruk, næringsutvikling og friluftsliv kan halde fram og utviklast vidare innan gjevne rammer i denne sona. Grunneigarar som driv landbruks- og utmarksnæringar, inkludert opplevingsnæring og vidaresal av jakt- og fiskeprodukt, kan «...bygge, rehabilitere og videreutvikle nødvendige drifthusvære og støler for å utnytte utmarksressursene på eiendommen» (Heiplanen 2013 s. 16).

5.6 Nasjonalparkprosessen i SVR, Lusaheia og Dyraheio landskapsvernområde

Nyhenda om at det vurderast å gjere delar av Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde (SVR) til nasjonalpark vart gjort kjend hausten 2014 (NRK 2014). Eit internt notat vedkomande saka var teke opp til drøfting i verneområdestyret same hausten. Fleire representantar frå verneområdestyret og lokalpolitikarar uttalte seg positivt i media, og uttalte at nasjonalparkoppretting ville kunne skape moglegheit for reiseliv og marknadsføring av Setesdal (NRK 2014).

Prosessen med å etablere ein nasjonalpark i tilknytning Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, Dyraheio og Lusaheio landskapsvernområde er per mai 2015 framleis på eit tidleg stadium. Saka har vore oppe til diskusjon i verneområdestyret sitt administrative og rådgjevande utval, og Statskog og fjellstyra i statsallmenningane har blitt orienterte om saka. (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane April 2015).

I april 2015 byrja verneområdestyret for Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane og Frafjordheiane å leggje fram saka for kommunane i området. Her nemner verneområdestyret at nasjonalparkstatus mellom anna vil medføre strengare restriksjonar på motorferdsle. Oppføring av nybygg, med unntak av sankehytter i samband med sauedrift vil bli også truleg bli vanskelegare, men ein vil kunne søke om tilbygg, uthus og utvidingar til eksisterande bygg.

Fordelar med omsyn til den nye merkevarestrategien for nasjonalparkar samt eit eventuelt nasjonalparksenter i tilknytning nasjonalparken vert trekt fram som ein positiv konsekvens av verneområdestyret (April 2015). I tillegg vert moglegheiten for berørte kommunar til å nytte merkevara nasjonalparkkommune nemnd som ein mogleg fordel mot. marknadsføring.

Sjølv om ein potensiell nasjonalpark vil innebere ytterlegare restriksjonar mot. bygging og motorferdsle, samanlikna med noverande verneform, har verneforvaltar Tarjei Haugen uttrykt at restriksjonane i landskapsvernområdet allereie er relativt strenge, og at ei overgang ikkje vil vere så stor. Jamvel om nasjonalparksstatus vil innebere eit høgare restriksjonsnivå, meiner Haugen at ein nasjonalparksstatus vil kunne vere ein ressurs for reiselivet, og at tittelen «nasjonalpark» vil kunne verke positivt med tanke på å tiltrekkje både utanlandske og norske turistar (personleg kommunikasjon, 20. mai 2014).

I presentasjonen til kommunane har verneområdestyret skissera grensene for ein eventuell nasjonalpark, og har inkludert areal i landskapsvernområda SVR, Dyraheio og Lusaheia (sjå fig.

4) (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane April 2015). Grensene for ein potensiell nasjonalpark er ikkje fastsett, men denne oppgåva baserer seg på dei skisserte grensene frå presentasjonen til kommunane. I prosessen med å leggje fram forslaget om nasjonalpark, har det kome signal frå fleire kommunar at dei også ynskjer å innlemme privat areal i ein potensiell nasjonalpark, mellom anna for å gjere nasjonalparken meir tilgjengeleg (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane April 2015).

Figur 4. Førebels forslag til grenser for nasjonalapark innan blå linjer (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane April 2015).

Ifølgje Heiberg et al. (2005) gjer eigeomsstrukturen i Noreg det ofte naturleg å også verne privat grunn, mellom anna som landskapsvernområde og nasjonalparkar, ettersom det vanlegvis ikkje er noko naturleg skilje mellom natur- og kulturverdiar i tilgrensande private og statleg eigde område. Som følgje av innføringa av Naturmangfaldlova av 2009 vart kravet om at nasjonalparkar hovudsakeleg berre kan opprettast på statsgrunn fjerna (Ot.prp. nr. 52 (2008–2009)).

Kommunar som vert omfatta av ein eventuell nasjonalpark er nøydde til å ha fleirtalsvedtak for ein nasjonalpark før prosessen kan gå vidare. Dersom alle kommunane har fleirtalsvedtak for nasjonalpark, vil verneområdestyret ta saka vidare til Fylkesmannen som har ansvaret for neste steg i prosessen (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane April 2015). Fylkesmannen vil då utforme eit forslag til verneforskrift etter mal frå Miljødirektoratet, samt tilhøyrande forvaltingsplan for nasjonalparken (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane April 2015). Ifølgje verneområdestyret vil prosessen med utforming av verneforskrift og forvaltingsplan truleg kunne gå raskt, ettersom forvaltingsplanen vil kunne byggjast på Forvaltingsplanen for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane (April 2015). Denne planen fekk endeleg godkjenning frå Miljødirektoratet i april 2015 (Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane 2015).

6.0 Metode

I dette kapitlet vil eg gjere greie for kva metodar eg har vald å nytte for å samle inn data og kva som kjenneteiknar desse. Eg vil deretter forklare korleis datainnsamling og bearbeiding av data vart utført.

6.1 Val av forskingsdesign

Etter å ha gjort naudsynte førebuingar som val av tema, teori og problemstilling er ein nøydd til å finne eit passande *forskningsdesign*, dvs. korleis ein skal gjennomføre undersøkingar for å svare på vald problemstilling, og kva og kven som skal undersøkjast (Johannessen et al. 2011).

Val av metode for datainnsamling er avhengig av kva type undersøking ein gjer. Metodeomgrepet kan delast i to hovudmetodar; *kvantitativ* og *kvalitativ* metode. Dersom ein skal undersøkje hyppigheita eller utbreiinga av eit fenomen er det vanleg å nytte kvantitativ metode t.d. ved bruk av spørjeskjema som gjev data i form av tal. Dersom ein vil undersøkje eit fenomen meir inngåande er det fordelaktig å nytte ein kvalitativ metode som gjev data i form av tekst, lyd og/ eller bilete, gjennom t.d. observasjon, gruppesamtalar eller intervju (Johannessen et al. 2011).

I denne oppgåva har eg vald å nytte ein kombinasjon av kvantitativ og kvalitativ metode i form av henholdsvis spørjeundersøking og semi -strukturert intervju, noko eg vil grunngjeve seinare i dette kapitlet. Før eg går nærare inn på dei konkrete metodane eg har nytta, vil eg gje eit meir overordna innblikk i val av metode, før eg omtalar dei metodane eg har nytta meir inngåande.

6.2 Casestudie

Ifølgje Yin (2013) er bruk av *casestudie* vanleg innan samfunnsvitskapeleg metode. Bruk av casestudie som metode er særleg relevant m.a. når problemstillinga inkluderar spørsmål som *korleis* eller *kvifor* og temaet for studiet er tidsaktuelt (Yin 2013). Ved bruk av casestudie som metode hentar forskaren inn mykje informasjon frå nokre få einingar, dvs. casar over ein kortare eller lengre tidsperiode (Johannessen et al. 2011). Casestudiar vert

ofte gjennomført ved bruk av kvalitative teknikkar som intervju eller observasjon, men det er også mogleg å nytte kvantitative teknikkar som spørjeskjema og bruk av eksisterande statistikk (Johannessen et al. 2011). Ifølgje Yin (2007 i Johannessen et al. 2011) kan det å kombinere ulike metodar vere fordelaktig når ein nyttar casestudie, ettersom ein då kan skaffe mykje og detaljert data.

Val av problemstilling er sentralt for val av metode og i kvalitative casestudie finn ein vanlegvis eit problem frå praksis, gjerne eit problem av generell interesse (Yin 2007 i Johannessen et al. 2011). Caseforskaren er vanlegvis oppteken av spørsmål knytt til prosessar, dvs. kvifor eller korleis noko skjer og spørsmål knytt til forståing, som kva kvifor og korleis (Yin 2007 i Johannessen et al. 2011). Problemstillinga for denne oppgåva ; «Kan nasjonalparkstatus påverke dei tre landskapsvernområda Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, Dyraheio, Lusaheia og nærliggande område som naturbasert reiselivsattraksjon?» legg visse føringar for kva metode ein kan nytte. I høve problemstillinga eg har vald er det lagt opp til at eg må få eit innblikk i kva aktuelle aktørar tenkjer om ei overgong til nasjonalpark og kva konsekvensar det kan få for området generelt og deira verksemd eller organisasjon. Tilgjengelege ressursar i form av tid og pengar set også avgrensingar for kva metode ein kan nytte. Val av metode kan difor seiast å vere eit resultat av kva problemstilling ein har vald og kva føringar som er lagt mot. tid og budsjett for oppgåva (Johannessen et al. 2011).

Nasjonalparkprosessen i Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, Dyraheio og Lusaheia landskapsvernområde er framleis på eit svært tidleg stadium og det er følgjande avgrensa kor mykje informasjon som er tilgjengeleg om temaet. Ifølgje Johannessen et al. (2011) er det naturleg å nytte kvalitativ metode for å undersøkje fenomen som er lite forska på og som det fins lite data om, medan kvantitativ metode er meir nytta når ein skal kvantifisere eller undersøkje utbreiinga til eit fenomen for å vidare utleie generaliserbar data. I denne oppgåva vil eg difor nytte ein kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode ettersom dette kan bidrage til ei meir heilskapleg besvaring av problemstillinga.

6.3 Kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode

Ifølgje Grønmo kan det å kombinere ulike metodar kompensere for svakheit ved dei enkelte metodane (1996). Ettersom nasjonalparkprosessen endå er på eit såpass tidleg stadium har

eg vald å nytte ein kombinasjon av ei enkel spørjeundersøking og semi-strukturerte intervju for å få eit mest mogleg utfyllande resultat. Johannesen et al. kallar ein slik kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode for *metodetriangulering*, dvs. at ein ser eit fenomen i frå fleire perspektiv ved å nytte ulike metodar (2011). Det er fleire fordelar med å nytte metodetriangulering; ein kan sjå om dei ulike metodane stør opp om same resultat og konklusjon, og dermed styrke resultatata, eller ein kan kome fram til ulike resultat som kan gje føring for nye tolkingar og ei meir heilskapleg forklaring av aktuell problemstilling (Grønmo 1996).

Johannesen et al. peikar på tre ulike måtar å nytte metodetriangulering (2011 s. 421); kvalitativ metode som ei oppfølging av kvantitativ metode, kvalitativ metode som ei førebuing til ei kvantitativ datainnsamling eller å nytte kvalitative og kvantitative metodar parallelt. I denne oppgåva vil eg nytte den siste metoden, i form av semi-strukturerte intervju som eit supplement til kvantitativ metode i form av spørjeundersøkingar. Ved ein slik parallell bruk av kvantitativ og kvalitativ metode «...kan kvalitative data belyse de tallmessige resultatene, mens tallene kan si noe om utbredelsen av funnene i de kvalitative delene av undersøkelsen» (Johannesen et al. 2011 s. 421). Etersom kvantitative metodar kan etterlate spørsmål om den bakanforliggjande årsaka til eit fenomen eller korleis eit fenomen fungerer i praksis, kan ein kvalitativ metode verke utfyllande (Johannesen et al. 2011).

6.4 Spørjeskjema

Spørjeskjemaundersøkingar er ein vanleg metode for å innhente kvantitative data og vert i litteraturen også referert til som *survey* (Johannesen et al. 2011). For at eit spørjeskjema skal kunne gje svar på problemstillingane ein har vald er ein nøydd til å reflektere over kva spørsmål ein skal stille, kva svaralternativ som kan vere aktuelle og utforme både spørsmål og svaralternativ på ein mest mogleg konkret måte (Johannesen et al. 2011). Spørjeskjemaet for denne oppgåva tek utgangspunkt i hovudproblemstillinga, samt dei seks delproblemstillingane som er nemnd i innleiinga. Skjemaet er delt inn i tema, slik at det tek for seg kvar og ei av dei fem delproblemstillingane. Svara på desse spørsmåla dannar basisen for å svare på hovudproblemstillinga

Spørjeskjema kan utformast på fleire måtar, og svara kan utformast som *opne* eller *prekoda*, dvs. at respondenten anten kan svare fritt eller at det er oppgjeve svaralternativ i

spørjeskjemaet. Ein kombinasjon av opne og prekoda alternativ kan også nyttast. Prekoda svaralternativ er enklare å fylle ut for respondenten, men kan også verke avgrensande ved at respondenten ikkje får uttrykt seg med eigne ord og at ein ikkje får fanga opp tilleggsinformasjon (Johannessen et al. 2011). I denne oppgåva har eg vald å nytte spørjeskjema med prekoda spørsmål som ein «introduksjon» til det påfølgjande semi-strukturerte intervjuet ettersom intervjuet vil svare meir utfyllande på problemstillingane. Ved å nytte ein slik metodetriangulering vonar eg at problemstillinga vert dekt på ein tilfredsstillande måte.

Spørjeundersøkinga vart testa i forkant av datainnsamlinga for å unngå uklarheit. Spørjeundersøkinga består i stor grad av kontrasterande svaralternativ (sjå vedlegg X), slik at informantane hadde moglegheit til å uttrykkje ulike gradar av både positivet og negativitet til eit tema, t.d. konsekvensar for si eiga verksemd/organisasjon. Sjølv om ein aktør svarte at ein nasjonalpark «i høg grad» ville ha positive konsekvensar for si verksemd, var det også mogleg å uttrykkje at ein nasjonalpark ville kunne ha gradar av negative konsekvensar. Det vart stilt spørsmål til desse kontrasterande svaralternativa både i testen og i sjølve utføringa av undersøkinga. Fleire av informantane stilte seg undrande til denne praksisen, og desse vart forklart årsaken til bruk av kontrasterande spørsmål. Ved bruk av kontrasterande svaralternativ fekk ein statistikk som gjorde det mogleg å utarbeide tydeleg biletgjering av svara i form av enkle diagram.

6.5 Intervju

Intervju er den vanlegaste metoden for innsamling av kvalitative data og vert av Johannessen et al. skildra som «...en fleksibel metode som kan nyttast nesten overalt og gjør det mulig å få fylldige og detaljerte beskrivelser» (2011 s. 143). Ifølgje Kvale og Brinkmann (2009) er eit kvalitativt forskings-intervju ein form for samtale som inneheld ein struktur og eit formål om å forstå eller skildre noko. *Semistrukturerte intervju* er intervju der ein tek utgangspunkt i ein på førehand utarbeidd *intervjuguide* som inneheld overordna tema og generelle spørsmål for intervjuet som har utgangspunkt i problemstillingane ein har vald. Intervjuguiden er samstundes fleksibel ved at rekkjefølga på tema og spørsmål kan endrast undervegs og at ein kan hoppe fram og tilbake i løpet av intervjuet (Johannessen et al. 2011).

Intervjuguiden i denne oppgåva tek, i likskap med spørjeskjemaet, utgangspunkt i problemstillinga og dei fem tilhøyrande delproblemstillingane. Intervjuguiden er delt inn i seks delar, der den fyrste delen introduserar intervjuaren og tema for oppgåva, samt opplyser om bandopptakar og anonymitet. Andre del omhandlar overordna spørsmål om verksemda og organisasjonen, blant anna om informanten har verksemd i sjølve verneområdet/områda. Deretter vert dei fem delproblemstillingane lagt fram i form av opne spørsmål. Siste del av intervjuguiden består av avsluttande spørsmål og formalitetar knytt til intervjuet (sjå vedlegg 2).

Intervju er vanlegvis ei samhandling mellom to deltakarar; intervjuar og informant (Johannessen et al. 2011). Omgrepet *legitimering* viser til korleis intervjuaren taklar den fyrste, innleiande delen av intervjuet, dvs. korleis ein legitimerer og forklarar bakgrunnen for undersøkinga. Dette er utslagsgjevande for kor mykje informasjon informanten bidreg med (Johannessen et al. 2011). *Situasjonen* eller *ramma* rundt intervjuet har også innverknad på informasjonsverdien (Johannessen et al. 2011). Intervju kan gjennomførast på fleire ulike måtar; over telefon, andlet til andlet eller via internett. Kor intervjuar finn stad, kan ha relativt stor innverknad på kvaliteten på intervjuar og informasjonsverdien av desse. Dersom intervjuar tek stad på kontoret til intervjuar, kan informanten kan hende kjenne seg underlegen. Dersom intervjuet tek stad på arbeidsstaden til informanten er det fare for avbrytingar, eller at nokon overhøyrar intervjuet. Å intervju informanten heime kan bidrage til at informanten kjenner seg trygg og avslappa, men ein kan samstundes risikere avbrytingar frå familie og/eller husdyr og dermed påverke konsentrasjonsevna til både informant og intervjuar (Johannessen et al. 2011). I høve intervjuar til oppgåva vart det bestemt at intervjuar skulle skje andlet til andlet, intervjustad vart avgjort av informantane. Dei fleste intervjuar fann stad på arbeidsplassen til informantane, medan dei resterande fann stad heime hjå informantane.

Når ein nyttar intervju som metode for datainnsamling, vil det ofte vere utfordringar knytt til kor mange intervju ein treng for å få eit tilfredsstillande resultat. Ifølgje Johannesen et al. er det i teorien ikkje nokon «...øvre eller nedre grense for antall intervjuer» (2011 s. 108). Det fins likevel visse anbefalingar som kan vere fordelaktige å følgje; dersom ein jobbar med mindre undersøkingar eller pilotprosjekt er det vanleg å nytte 10-15 informantar, eller fleire, avhengig av kva problemstilling ein har vald. Ved større undersøkingar der ein har fleire målgrupper kan ein t.d. gjere 10-15 intervju per målgruppe. Studentoppgåver, t.d.

masteroppgåver, inneber vanlegvis ei avgrensa tid og økonomi til å gjere omfattande undersøkingar, noko som gjer at ein jamt på avgrense antal intervju til færre enn ti (Johannessen et al. 2011).

6.6 Utval

Kvalitative metodar kjenneteiknast av at ein forsøker «...å få mye informasjon (data) om et begrenset antall personer...». Personane ein undersøker ved bruk av kvalitative metodar vert betekna som *informantar* (Johannessen et al. 2011 s. 108). Kor stort utvalet for undersøkinga skal vere er avhengig av problemstilling og korleis ein innhentar data (Johannessen et al. 2011). I samband med denne oppgåva har eg vald informantar ved bruk av strategisk utval. Ved ein slik utvalsmetode tilpassar ein målgruppa utifrå kva undersøking ein skal gjere på og for å svare best mogleg på problemstillinga ein har vald (Johannessen et al. 2011).

Denne oppgåva tek for seg aktørar innan naturbasert reiseliv i, eller i nærleiken av dei tre landskapsvernområda SVR, Dyraheio og Lusaheia. Fire av dei fem informantane i denne oppgåva tilbyr aktivitetar i eitt eller fleire av dei tre verneområda. Den femte informanten er lokalisert i umiddelbar nærleik til eit av dei tre verneområda.

Informantane i oppgåva vart valde ut på bakgrunn av informasjon frå ressurspersonar i kommunane og verneområdestyret for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane, samt eiga kunnskap om eksisterande verksemder og organisasjonar. Utifrå denne informasjonen vart det raskt klart at det er få verksemder som driv innan feltet naturbasert reiseliv i nærleiken til dei aktuelle landskapsvernområda. Organisasjonane med tilknytning til område er veletablerte, men få. Kriteria for val av informantar var at informantane skulle vere dagleg leiar eller ansvarlege for verksemda/organisasjonen og at verksemda/organisasjonen skulle tilby eitt eller fleire produkt som kvalifiserar som naturbaserte reiselivsprodukt i henhold til definisjonen av naturbasert reiseliv nemnd tidlegare i oppgåva.

For å minske risikoen for å kunne identifisere informantane vil det ikkje bli presentert nokon inndelt oversikt over informantane og deira verksemder/organisasjon. Felles for alle informantane som har bidrege til oppgåva er at dei har tilbod om opplevingar knytt til eitt eller fleire av dei tre landskapsvernområda. Fire av fem aktørar har tilbod i sjølve, SVR, Dyraheio eller Lusaheia, medan den femte informanten er lokalisert på grensa til eitt av

verneområda. Fleire av informantane har tilbod om kurs og teambuilding-aktivitetar. I tillegg har alle informantane ei form for overnattingstilbod.

6.7 Tolking av data

Etter fullført datainnsamling tek tolkingprosessen til. Svare frå spørjeundersøkinga vart koda for å lette tolkingarbeidet. Ved koding av spørjeskjema vert svaralternativa gjort om til talkodar (Johannessen et al. 2011). Når ein tolkar spørjeskjema er det vanleg å lage ei *kodebok*, dvs. at ein overfører data frå spørjeskjemaet til eit dataprogram og deretter skriv inn alle spørsmåla (variablane) og tilhøyrande svaralternativ (verdiar). Deretter registrerer ein svare frå spørjeundersøkinga i henhold til kodeboka (Johannessen et al. 2011). Etter å ha koda spørjeskjemaet og registrert alle spørjeskjemaet vart det utarbeidd enkle diagram for å biletgjere resultatata frå undersøkinga. Etersom spørjeskjemaet var av ein mindre omfattande art var det ikkje naudsynt å nytte avanserte statistikkprogram, og sjølv kodinga og diagram vart difor utarbeidd i Microsoft Excel og Word.

Intervjua vart teke opp på lydband og transkribert fortløpande etter kvart gjennomført intervju. Ifølgje Grønmo (1996) skjer tolking av kvalitative data delvis samstundes med datainnsamlinga. Medan ein utfører intervjua får ein eit inntrykk av kva informantane meiner og kva ein kan byggje vidare på i oppgåva. Når ein transkriberar og les igjennom intervjua får ein eit ytterlegare grunnlag for tolking av data. Kvalitative data vert ,i likskap med kvantitative data, koda for å gjere tolking av data lettare. Ved tollking av kvalitative data som t.d. intervju klassifiserar ein data ved å nytte symbol eller forkortingar for delar av teksta som analyserast. Dette kan vere både enkeltsetningar og avsnitt i teksten (Grønmo 1996). På den måten kan ein klargjere kva tema setninga eller avsnittet handlar om. Kvart enkelt intervju vart difor sett i eigne undertema basert på dei fem delproblemstillingane.

6.8 Reliabilitet og validitet

Omgrepet *reliabilitet*, eller *pålitelegheit* viser til kor pålitelege innhenta data er og er eit grunnleggjande spørsmål i all forskning (Johannessen et al. 2011). For å sjå om den kvantitative delen av denne oppgåva er påliteleg er det t.d. mogleg å utføre undersøkinga på nytt (Johannessen et al. 2011). Den kvalitative delen er meir utfordrande å teste, ettersom den

truleg er prega av intervju-setting samt mi framtoning som intervjuar- den såkalla «intervjueffekten» (Hellevik 2002). For å minske intervjueffekten er det eit mål å ikkje stille leiande spørsmål (Ryen 2002). Dette var noko eg prøvde å tenkje på før intervjurunden tok til, men i situasjonar der informanten sleit med å ordleggje seg var det tidvis vanskeleg å unngå leiande spørsmål.

Sjølve tolkinga av kvalitative data vil også variere frå forskar til forskar (Johannessen et al. 2011). Oppgåva sin resultat- og diskusjonsdel ville truleg ha blitt tolka annleis dersom nokon andre utførte undersøkinga. Ettersom denne oppgåva er min «forskardebut» har mangel på erfaring truleg hatt innverknad både på utføring av intervju og tolking av data i etterkant.

Omgrepet *validitet* kan skildrast som graden av representativheit innhenta data har, eller kor relevante data er i forhold til det fenomenet ein undersøkjlar (Johannessen et al. 2011). For å oppnå god validitet i oppgåva vart det mellom anna gjort eit val om å nytte metodetriangulering, for å belyse problemstillinga på fleire måtar. Eit anna tiltak som vart gjort var å basere spørjeskjemaet og intervjuguiden på dei fem delproblemstillingane Dette kan ifølgje Larsen (2007) bidrage til å sikre god validitet. Sjølv om intervjuguiden fungerte som retningsgivande, vart intervjuet av og til styrt inn på mindre relevante tema. Det var til tider ikkje like enkelt å halde seg utelukkande til intervjuguiden. Sjølv om den var retningsgivande, vart intervjuet i nokre tilfelle styrt inn på mindre relevante, men fullt ut interessante tema, både frå intervjuar og informantane si side. Ettersom intervjuet vart tekne opp på lydband vart det i nokre tilfelle utfordrande å luke ut tema som var «off-topic».

7.0 Resultat

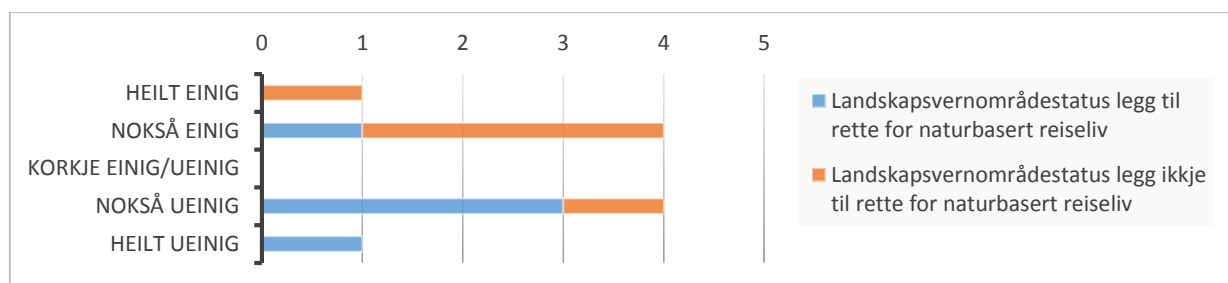
I dette kapitlet vil eg presentere funna frå spørjeundersøkinga og intervjuet eg har gjennomført med dei ulike informantane. Kapitlet er delt inn etter dei fem delproblemstillingane og resultatane vil bli presentert kronologisk i samsvar med desse. Fyrst vil eg gje ein kort presentasjon av informantane i studiet, utover det som er nemnd i metodekapitlet.

7.1 Om informantane

Informantane i undersøkinga består av representantar frå fire verksemdar og ein ideell organisasjon innan naturbasert reiseliv i tilknytning til landskapsvernområda SVR, Dyraheio og Lusaheia. For å unngå at informantane vert identifiserte vil dei bli referert til som Aktør 1, Aktør 2 osv. Grensene for ein eventuell nasjonalpark er ikkje fastsett endå, men denne oppgåva tek utgangspunkt i kartforslaget til verneområdestyret. Ein av informantane har teke atterhald om at alle dei åtte verneområda som inngår i felles lokal forvaltning av Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane må inkluderast i ein eventuell nasjonalpark, og baserar svara sine utifrå dette. Representanten frå den ideelle organisasjonen presiserer at svara vedkomande gjev ikkje kan tolkast som bastante uttalar frå organisasjonen, ettersom organisasjonen ikkje har teke noko formelt standpunkt om alle problemstillingane som er tema for denne oppgåva.

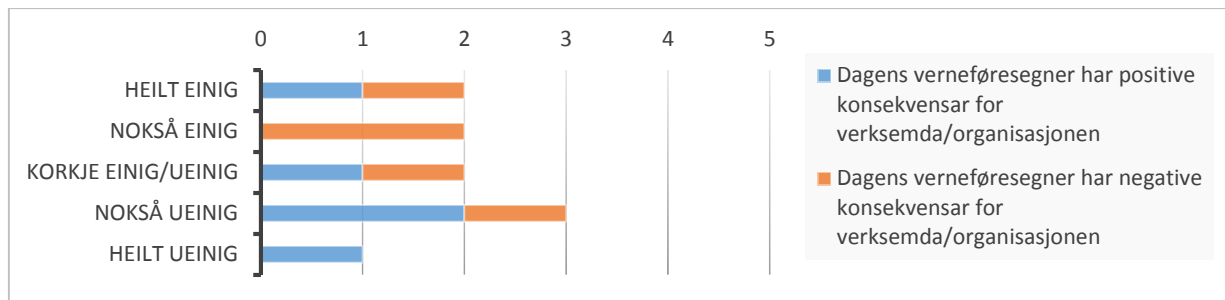
7.2 Delproblemstilling 1: Korleis oppfattar informantane verneforma landskapsvernområde og tilhøyrande verneføresegner mot utvikling av naturbasert reiseliv?

Svara frå spørjeundersøkinga synte at eit fleirtal av dei spurte informantane opplevde at landskapsvernområdestatus ikkje legg til rette for utvikling av naturbasert reiseliv. Tre av informantane svara at dei var «nokså ueinig» i påstanda om at landskapsvernområde legg til rette for naturbasert reiseliv, ein svara «heilt ueinig», medan den siste informanten svara «nokså ueinig» (sjå fig. 5).



Figur 5. Korleis informantane oppfattar landskapsvernområdestatus og moglegheit for naturbasert reiseliv.

På spørsmål om noverande verneform har positive eller negative konsekvensar for informantane si verksemd/organisasjon, svarte eit fleirtal at dei er «nokså ueinig» eller «heilt ueinig» i at dagens verneføresegner har positive verknader. Ein av informantane svarte at vedkomande var «heilit einig», medan den siste informanten var «korkje einig/ueinig» (sjå fig. 6). Tilsvarande svarte eit fleirtal at dei er «nokså einig» eller «heilt einig» i at dagens verneføresegner har negative verknader for verksemda/organisasjonen.



Figur 6. Korleis informantane oppfattar dagens verneføresegner.

Informanten som berre har aktivitet i utkanten av eitt av verneområda uttrykte at det ikkje var grunnlag for å svare på om landskapsvernområdestatus hadde positive eller negative verknader. Under intervju uttrykte fleirtalet av informantane at vernet av naturressursane var altfor strengt, og at dei opplevde det som vanskeleg å drive naturbasert reiseliv i verneområdet. Ein av informantane nemnde mellom anna restriksjonar for transport vinterstid som ei begrensing i forhold til eiga drift. Eit fleirtal av informantane skildra landskapsvernområde som ei verneform som ikkje tilfører nokon *attraktivitet* i forhold til reiseliv. Saman med strenge vernerestriksjonar gjorde dette at landskapsvernområdestatus ikkje oppfattast som nokon fordel for næringsinformantane:

«Me har blitt eit B-lag med landskapsvernområdestatusen» (Aktør 1 2015).

«Den som ska operere der kan jo ikkje reikne med å få setje opp høg fjellshotell, men det er jo forferdeleg at dei finaste områda ikkje kan visast fram» (Aktør 2 2015).

«Håplaus. Nesten håplaus. Det går rett og slett på at det er ein masse restriksjonar. Og så er det samstundes lita attraksjonskraft. Og difor blir det håplaust» (Aktør 4 2015).

Nokre av informantane trakk fram manglande tilrettelegging som ein negativ konsekvens ved noverande verneform. Ein aktør uttalte følgjande:

«Skal du få den store hopen ut så må det leggest til rette. Hyttene til Statskog er eit godt eksempel. Dei ligg langt inne i fjellet, og du må ha båt for å kome til dei (...)Alle kan jo gå inn og bestille ei veke midt inne i dei flottaste områda me har. Men dei kjem seg jo ikkje dit. Det er jo som å lage ein Afrika –safari på eigahand (...) det å vise fram fjellet vårt er absolutt mogleg, men det må leggest til rette» (Aktør 2 2015).

Fleire aktørar sette spørsmålsteikn ved det strenge restriksjonsnivået i SVR landskapsvernområde, og omtala det som Noreg sitt strengaste verneområde. I løpet av intervjuet var det fleire av aktørar som utan oppfordring inn på temaet styrt ferdsel. Eit fleirtal av informantane uttrykte at dei opplevde at forvaltinga ikkje hadde forståing for dette prinsippet og undra seg over kvifor forslag om styrt ferdsel og aktivitet ikkje vart betre motteke. Ein av informantane samanlikna SVR med Svalbard, og undra seg over kvifor det var mogleg å drive styrt, naturbasert aktivitet i eit slikt sårbart område og ikkje i SVR:

«Leiestjerna i mitt hovud er Svalbard. Sjølv om det er aldri så sårbart, så er det mogleg å få til. Det vil bli stilt krav sjølvst, og det er råd å forhalde seg til» (Aktør 2 2015).

Intervjuet synt nokre av informantane var skeptiske til den lokale forvaltingsmodellen for dei aktuelle verneområda. Desse informantane opplevde at det var mangel på forståing og innsikt i forvaltinga i samband med næringsutvikling. Ifølgje ein av informantane opplevast regelverket som så komplisert at til og med kommunale sakshandsamarar er utrygge på korleis ein skal tolke verneføresegner og forvaltingsplan. Informanten meinte difor at det heller ikkje var å forvente at lokalpolitikarar hadde meir kompetanse på regelverket.

«(...)Ein har utvikla så kompliserte regelverk at mot og vilje for å fatte positive vedtak(...) har ikkje vore veldig stort. Når ein er usikker på eit komplisert regelverk, er det enklaste å sei nei, for då har ein aldri fatta feil vedtak» (Aktør 1 2015).

Den nye modellen med felles forvalting av alle dei åtte verneområda i Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane vart oppfatta som ei positiv endring som gjer det lettare å forhalde seg til forvaltingssystemet. Samstundes uttrykte informantane at den nye forvaltingsmodellen ikkje gjer det lettare å drive naturbasert næring og fleire av informantane hadde følt seg utelatne frå prosessen med å lage ny felles forvaltingsplan. Fleire av informantane uttrykte vidare at omsynet til villreinen ofte gjer det vanskeleg å drive naturbaserte aktivitetar i SVR. Nokre av informantane hadde i fleire tilfelle fått avslag på

søknader om prosjekt med omsynet til villreinen som begrunning og undra om det er rett å «gøyne vekk» verneverdiane slik at folk ikkje får eit forhold til dei.

Sjølv om fleire av informantane var misfornøgde med forvaltinga uttykte samtlege aktørar at dei hadde ei forståing for vernet, og at vernestatusen bidrog til å sikre produkta deira. Særleg SVR er prega av vasskraftutbyggingar, og dei fleste informantane meinte at landskapsvernområdestatus var positivt ettersom det vil hindre framtidige utbyggingar. Dette var også bakgrunnen for at ein av informantane svarta at dagens verneform har positive verknader for verksemda. Samstundes uttrykte denne informanten at det var ein grei balanse mellom vern og bruk, men at forvaltinga i lita grad letta tilretteleggingsarbeid i verneområda:

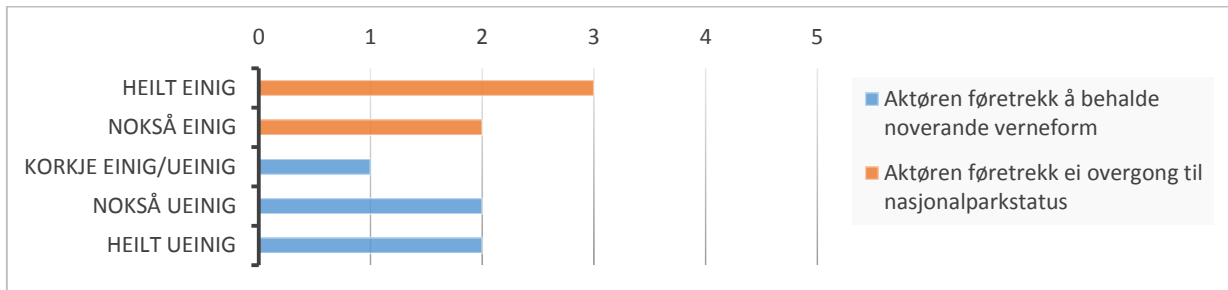
«Det er eit rimeleg strengt vern som eg oppfattar som...det er sikkert ikkje alt som er perfekt, men det er ei rimeleg grei balanse mellom vern og bruk. Og det er viktig for vår virksomheit, at det ikkje kjem fleire utbyggingar og at det er begrensingar på motorisert ferdsel (...) Eg oppfattar at det skjer veldig lite tilretteleggingsarbeid som hjelper oss i forhold til det me skal jobbe med. Men det er meir det at vernet i seg sjølv er viktig for vår verksamheit» (Aktør 5 2015).

Nokre av informantane opplevde også at dei ideelle organisasjonane hadde særfordelar i landskapsverneområda m.a. i form av tiltak som stirydding, bygningsanlegg samt dispensasjonar med omsyn til frakt av proviant og liknande. Det vart uttrykt oppgittheit over at organisasjonane tilsynelatande er meir involvert i forvaltinga og utarbeiding av felles forvaltingsplan. Dei nemnde informantane opplevde også nokre av organisasjonen sine haldningar til lokale rettighetshavarar og næringsaktørar som provoserande.

7.3 Delproblemstilling 2: Korleis oppfattar informantane verneforma nasjonalpark i forhold til dagens verneform med omsyn til utvikling av naturbasert reiseliv?

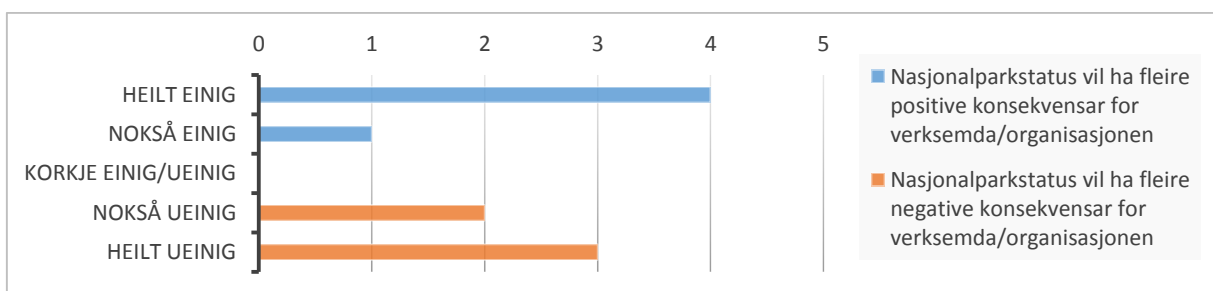
Spørjeundersøkinga viste at informantane er «heilt ueinig» eller «nokså ueinig» i påstanda «informanten føretrekk å behalde dagens verneform». Ein av informantane hadde ikkje noko formeining om spørsmålet, ettersom vedkomande held til ved grensa til eitt av verneområda, og ikkje er direkte berørt av verneføresegnene. Vidare viste spørjeundersøkinga at

informantane er «heilt einig» eller «nokså einig» i påstanda «informanten føretrekk ei overgong til nasjonalpark» (sjå fig. 7).



Figur 7. Oversikt over informantane sine verneområde-preferansar.

På spørsmål om nasjonalparkstatus vil ha fleire positive konsekvensar for informantane enn noverande vernestatus, svara eit fleirtal av informantane at dei var «heilt einig» i påstanda (sjå fig. 8). På spørsmål om nasjonalparkstatus vil ha fleire negative konsekvensar for informantane enn landskapsvernområdestaus responderte informantane omtrent likeeins som i føregåande spørsmål og uttrykte at dei ikkje var einige i dette (sjå fig. 8).



Figur 8. Informantane sine oppfatningar av landskapsvernområde kontra nasjonalparkstatus og verknader for si verksemd/organisasjon.

Intervjua bekrefte at informantane oppfatta at nasjonalparkstatus vil ha fleire positive konsekvensar for verksemda/organisasjonen deira enn noverande vernestatus. Ein av

informantane uttalte som nemnd i kapittel 7.1, at alle svara vedkomande gjev føreset at det ikkje berre er dei statleg eigde areala som vert tekne med i ein eventuell nasjonalpark, men alle landskapsvernområda som inngår i Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane. Dette grunn gav informanten med at dersom ikkje alle områda vart gjort til nasjonalpark ville dette føre til at ein som naturbasert reiselivsaktør ville bli nøydd til å forhalde seg til fleire verneregime, og presiserte at ei oppretting av nasjonalpark i kun delar av områda dermed vil få negative konsekvensar.

Manglande attraksjonskraft ved landskapsvernområdestatus gjorde til at dei fleste informantane var positive til ei endring i verneform og at delar av verneområda vart nasjonalpark. Landskapsvernområde som omgrep vart omtala som særleg vanskeleg å marknadsføre i forhold til utanlandske kundar.

Fleire av informantane utrykte at ei overgong til nasjonalpark ville vere positivt ettersom dette er ein meir etablert vernestatus som fleire kjennar seg att i, særleg utanlandske kundar:

«Ja, det er klart at nasjonalparkstatus kling utruleg mykje betre når du skal ut og selje eit produkt. Prøv å oversette landskapsvernområde på tysk/engelsk. Eg har mange utanlandske kundar. Skal eg fortelje at me har Noreg sitt nest største verneområde som heiter Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde? Dei har dutte av lasset før du har kome halvvegs i begrepet» (Aktør 1 2015).

Ein annan fordel ved nasjonalparkstatus som vart trekt fram av fleire av informantane var at nasjonalparkstatus kan bidrage til å styrke forvaltingsapparatet både fagleg og økonomisk, samt legge meir til rette for næring:

«Då får me sannsynlegvis fleire offentlege middel som er meir tilgjengeleg i ein nasjonalparkstatus enn i eit landskapsvernområde. Eg trur og at det er viktig å løfte opp debatten om vern og bruk. Og rett og slett få tilgang på meir kompetanse og konsekvensar for bruk, og kva felles retningslinjer i verna område, og då nasjonalpark kan ha. Det er altfor tilfeldig, den forvaltninga me har i dag. Altfor mange småkongar. Ifrå SNO, til verneforvaltarar, til politikarar, til jaktinteresser og så vidare» (Aktør 1 2015).

«Eg trur det hadde blitt eit steg opp i fagleg tyngde (...) Landskapsvernområde kan ein liksom ta seg av lokalt. Nasjonalpark, då er du i ein liga opp slik det har vore i forvaltingsregimet. Då kjem du nærare Stortinget sine føringar. Og då kjem bruk meir inn». (Aktør 2 2015).

Sjølv om informantane uttrykte seg positive til ei mogleg oppretting av nasjonalpark i tilknytning til dei tre verneområda, la dei samstundes vekt på at ein ikkje må ha for høge forventingar. Dersom nasjonalparkstatus skal ha noko betydning for reiselivet meinte fleire av informantane at ein er avhengig av eit godt forarbeid og tydelege skildringar av kva aktivitetar naturbaserte reiselivsaktørar får lov til og ikkje lov til:

«Det må vere klart og tydeleg beskrive, elles vil det vere vanskeleg å innarbeide (...) Det at det ikkje står kva som er lov er verre enn at det står med strenge krav. For då kan eg vise til at det er det eg driv med, og vise til at eg har tilfredsstilt krav» (Aktør 2 2015).

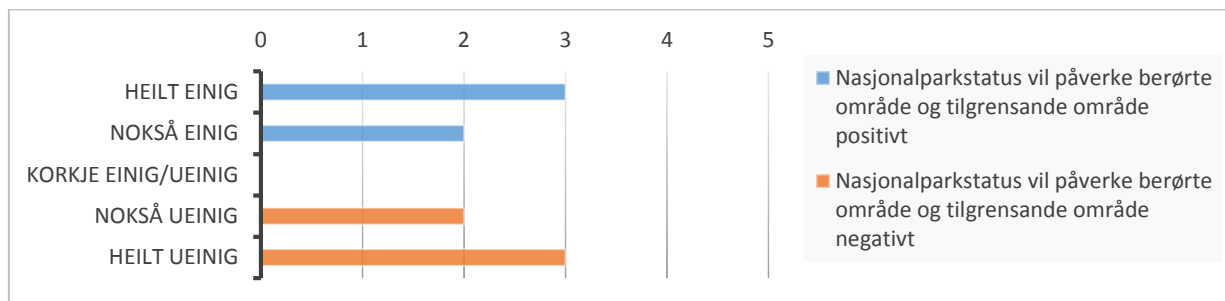
Ein annan aktør foreslo for å tydeleggjere moglegheitane og avgrensingane for naturbasert reiselivaktivitet i ein potensiell nasjonalpark ved å innføre omssynssoner tilsvarande dei i Heiplanen:

(...) viss ein jobbar litt på same måten som ein gjorde der, så er det faktisk talt mogleg å få til klare grenser på kva som er kva. For då ville ein kunne ha område som er heilt klart definert nasjonalpark. Og så veit eg ikkje om det skal vere att nokon område som skal vere verneområde etterpå. Og så at det er som i Heiplanen i dag... at det er ei lita remse rundt som er lagt til rette for infrastruktur, men ikkje bygging. Så eg trur heile cluet er at det må vere veldig klart kva som er tillate og kva som ikkje er tillate (Aktør 4 2015).

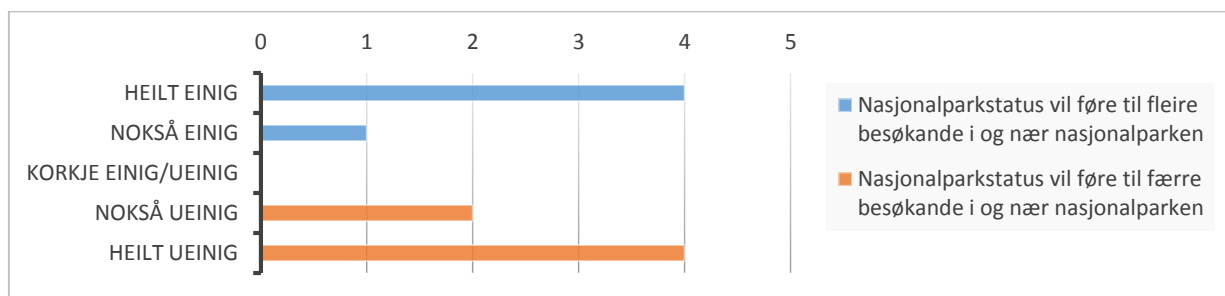
7.4 Delproblemstilling 3: Korleis trur informantane at ein nasjonalparkstatus vil kunne påverke berørte og tilgrensande område?

Informantane svarte at dei er «heilt einig» eller «nokså einig» i at nasjonalparkstatus vil påverke dei tre landskapsvernområda samt tilgrensande område positivt (sjå fig. 9). Likeeins svarte informantane at dei er «heilt ueinig» eller «nokså ueinig» i at nasjonalparkstatus vil påverke områda negativt. På spørsmål om nasjonalparkstatus vil føre til fleire besøkande i og nær nasjonalparken svarte samtlege aktørar at dei var «heilt einig» eller «nokså einig» (sjå fig.

10). På spørsmål om nasjonalparkstatus ville føre til færre besøkande i områda var det einigheit om at dette ikkje ville vere tilfelle (sjå fig. 10).



Figur 9. Korleis informantane oppfattar eventuell nasjonalparkstatus og verknader for dei tre aktuelle verneområda, samt tilgrensande område.



Figur 10. Korleis informantane oppfattar eventuell nasjonalparkstatus mot. besøkstal i og nær nasjonalparken.

Under intervju uttrykte informantane at dei trur nasjonalparkstatus vil kunne ha positive effektar med omsyn til besøkstal, både i og nær ein eventuell nasjonalpark. Det vart mellom anna sagt at nasjonalparkstatus vil kunne gjere fleire meir nysgjerrige på området. Ein av informantane uttrykte seg slik:

«Eg er ganske sikker på at dei kjem til å gå opp. Det veit ein jo sjølvsgt ikkje, men det er ei ganske klar forventning(...) (Aktør 5 2015).

Ein av informantane uttrykte at områda har store potensiale og at nasjonalparkstatus kan bidrage til å auke besøkstal både i og nær ein nasjonalpark:

«Viss det blir brukt rett så trur eg det kan påverke besøkstal veldig positivt (...) Når turistane spør så spør dei etter Hardangervidda nasjonalpark. Og då køyrer dei med andre ord rett

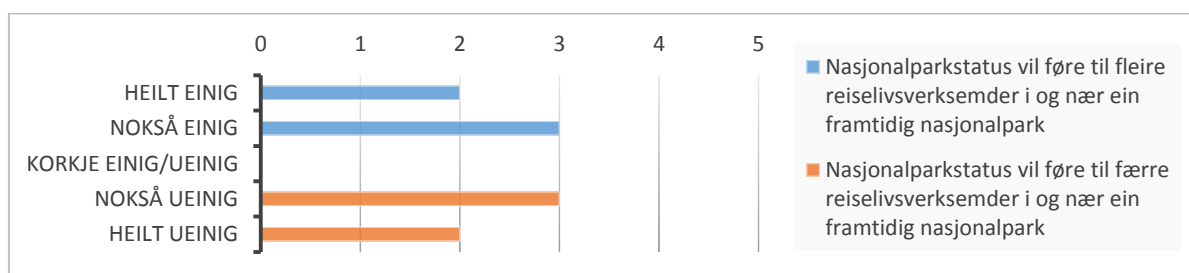
igjennom her der det er minst like flotte område, men som ikkje har attraksjonsverdi grunna feil status. Statusen i dag den er til kun for villmarka og ikkje bygda» (Aktør 4 2015).

Samstundes viste intervjua at informantane meiner auka besøkstal er avhengig av ein grundig planleggingsprosess i forkant av ei nasjonalparketablering. Ein av informantane uttalte at auka besøkstal som følgje av nasjonalparkstatus vil føre med seg utfordringar med omsyn til logistikk og tilrettelegging. Informanten la også til at reiselivet er prega av godt utdanna menneske som stiller stadig høgare krav til høgkostlandet Noreg:

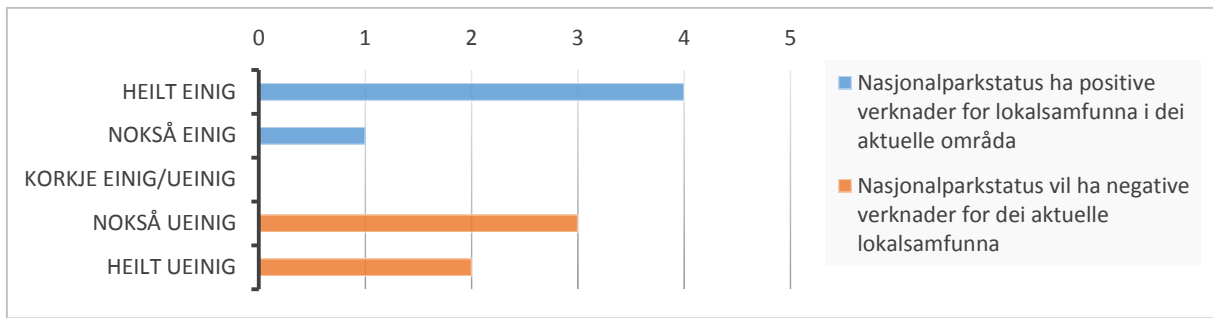
«(...) Dei forventar noko meir enn ei elektronisk infotavle (...) ein aktivitet, ei oppleving» (Aktør 1 2015).

Ein av informantane skildra behovet for tilrettelegging slik:

Resultata frå spørjeundersøkinga viste at informantane trur nasjonalparkstatus kan føre til fleire naturbaserte reiselivsverksemdar i tilknytning til ein nasjonalpark. Informantane var «heilt ueinig» eller «nokså ueinig i at nasjonalparkstatus vil leie til færre naturbaserte reiselivsverksemdar (sjå fig. 11). Eit fleirtal av informantane var «heilt einig» i at nasjonalparkstatus vil ha positive verknader for berørte lokalsamfunn, ein aktør var «nokså einig» (sjå fig. 11). Informantane var noko mindre unisone i påstanda om at nasjonalparkstatus ville ha negative verknader for berørte lokalsamfunn, og to av informantane svarta at dei var «nokså ueinig» i påstanda, medan dei resterande informantane svarta «heilt ueinig» (sjå fig. 12).



Figur 11. Korleis informantane trur nasjonalparkstatus vil påverke talet på naturbaserte reiselivsverksemdar i og nær ein potensiell nasjonalpark.



Figur 12. Informantane sine oppfatningar av nasjonalparkstatus og verknadar for lokalsamfunn.

I samsvar med spørjeundersøkinga svarte eit fleirtal av informantane at dei trudde nasjonalparkstatus kan påverke talet på naturbaserte reiselivsverksemder positivt. Likevel var det nokre som hadde meir moderate forhåpningar enn andre:

«Det trur eg. For eg trur at den største effekten med at ein får større attraksjonskraft vil gjere at fleire vendar seg her til, og då vil me få grobotn og grunnlag for fleire bedrifter og kanskje fleire nisjar og enkle tilbod» (Aktør 4 2015).

«Om det ville bli så mykje meir veit eg ikkje, men det ville kanskje styrke det som er her hvertfall» (Aktør 3 2015).

Resultata frå intervjuet viste at dei fleste informantane trur at nasjonalparkstatus kan få positive konsekvensar for lokalsamfunna i form av auka trafikk og handel, samt mogleg oppretting av nasjonalparksenter:

«Eg trur absolutt at dei kan bli bra påverka. Det er jo ein del område rundt om i landet som har slike nasjonalparksenter. Og viss noko slikt kunne blitt bygd måtte det jo bli rekna som positivt» (Aktør 3 2015).

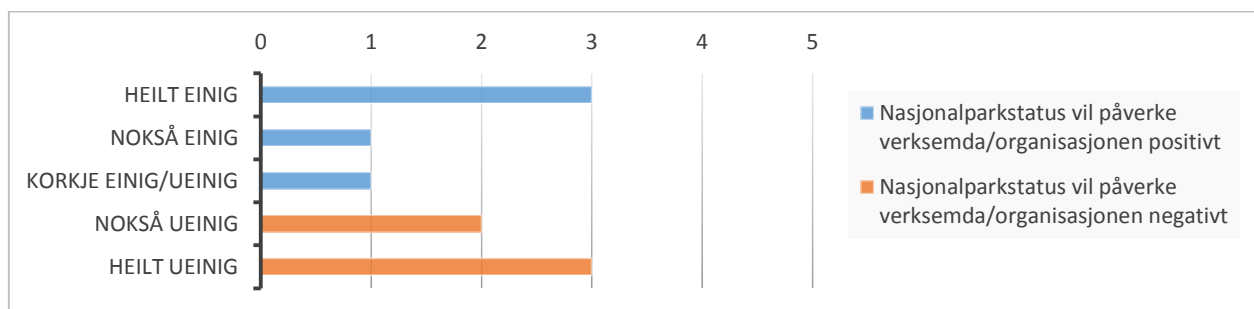
«Eg trur det vil leie til auka handel og føre til at me treng meir overnattings- og opplevingstilbod. Men det kjem og litt an på kor flinke me er som bygd til å ta i mot det. Viss me ikkje er flinke til å ta i mot, så blir det eit tog som glir forbi oss det og. Me må vere meir på. (Aktør 4 2015).

Ein annan aktør uttalte at det var vanskeleg å uttale seg på vegne av lokalsamfunna, men såg føre seg at nasjonalparkstatus også kunne by på utfordringar for folk i bygdene nær ein eventuell nasjonalpark:

«Eg personleg meiner at det vil vere positivt (...)Men eg er spent på korleis det blir motteke og om dei ser det sjølv på den måten. Eg forstår at det kan vere nokre begrensingar på motorisert ferdsel som folk er veldig opptekne av (Aktør 5 2015).

7.5 Delproblemstilling 4: Korleis trur informantane at ein nasjonalparkstatus vil kunne påverke deira verksemd/organisasjon?

Eit fleirtal av informantane svarte at dei var «heilt einig» i at nasjonalparkstatus ville påverke verksemda/organisasjonen positivt (sjå fig. 13). Likeeins var informantane «heilt ueinig» eller nokså ueinig i at nasjonalparkstatus ville ha negative konsekvensar .

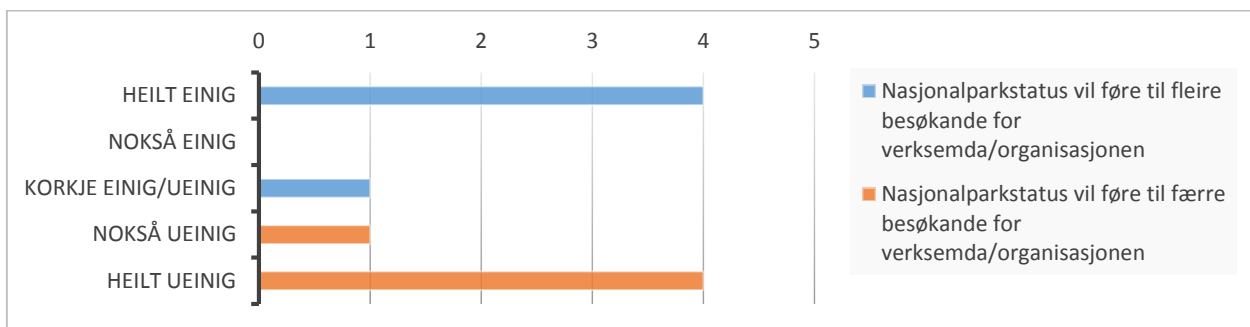


Figur 13. Informantane sine oppfatningar av eventuell nasjonalparkstatus mot. eiga verksemd/organisasjon.

Intervjua synte i likskap med spørjeundersøkinga at informantane trudde nasjonalparkstatus vil kunne få positive konsekvensar for deira verksemd/organisasjon og trakk særleg fram moglegheitane med omsyn til marknadsføring. På spørsmål om korleis informantane trur nasjonalparkstatus vil kunne påverke deira verksemd/organisasjon uttrykte eit fleirtal av informantane at det avheng av at moglegheitane og avgrensingar for aktivitet vert tydeleg avklart i verneføresegner og forvaltingsplan, noko som samsvarer med korleis dei oppfattar nasjonalparkstatus si verknad på berørte og tilgrensande område. Ein av informantane uttrykte dette:

«Eg veit jo ikkje korleis det ville bli...Men eg trur jo at viss ein går inn i forhandlingar om kva som er veldig viktig for ein, og heller gjer litt på andre ting, så trur eg at ein kan få til eit system som fungerer både for dei som bur her og driv her» (Aktør 4 2015).

På spørsmål om korleis nasjonalparkstatus vil påverke besøkstala for verksemda/organisasjonen svarte eit fleirtal av informantane at dei trudde det ville leie til fleire besøkande (sjå fig. 14).



Figur 14. Informantane sine oppfatningar av eventuell nasjonalparkstatus og besøktal for si verksemd/organisasjon.

Intervjua synte også at dei fleste informantane hadde ei forventning om at nasjonalparkstatus kunne leie til fleire besøkande for deira verksemd/organisasjon:

«Nei generelt så er det jo klart at det er store besøktal i nasjonalparkar, då kjem jo informasjonsmengder og alt det der inn. Når gjestane er her er det lettare for meg å få kundar. Dei har jo stoppa her ein dag eller to fordi det er nasjonalpark, og då har eg moglegheiten til å lage produkt og få kundar til mine produkt når dei er her. Dei er innretta på å oppleve det kan du sei» (Aktør 2 2015).

«Eg trur det kjem til å auke...Det er jo ikkje sånn eg kan dokumentere, eller vitskapeleg på noko vis. Det er bare ein magefølelse om korleis me trur folk tenker om ein nasjonalpark. Litt basert på eigne erfaringa og, når ein er ute og reisar så (...) Om eg ser på kartet at det er ein nasjonalpark i nærleiken så er ofte det litt spennande å sjekke ut» (Aktør 5 2015).

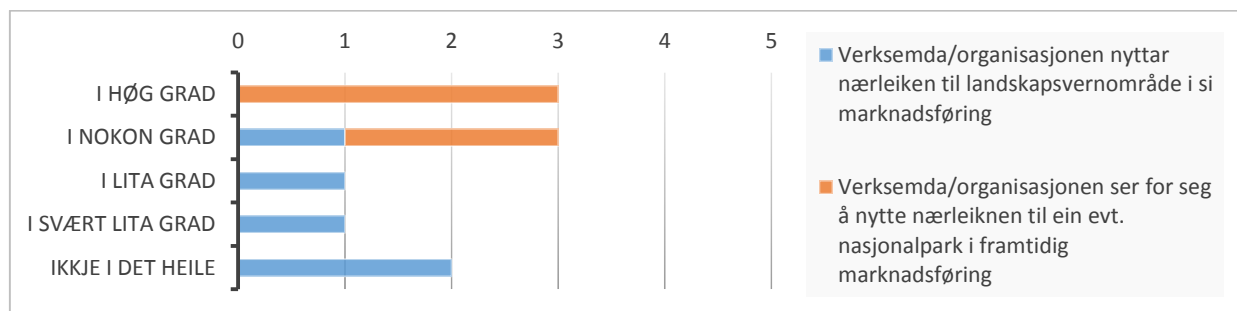
«Eg trur det ville verke positivt. Og kanskje mest på utanlandske (...) Det her med naturbasert reiseliv og det at me ligg så nære ein eventuell nasjonalpark vil jo vere noko å marknadsføre i framtida. Både blant tyske, nederlandske og danske (Aktør 3 2015).

Ein annan aktør hadde ei noko meir moderat forventning til auka besøkstal for eiga verksemd, ettersom vedkomande driv innan ei smal nisje, men uttrykte samstundes at besøkstala vil kunne bli påverka i positiv retning:

«Eg kan sikkert tilby meir aktivitet, meir oppleving i området og utanfor. Det vil ha ein positiv effekt det at ein held til i nærleiken til nasjonalparken. Det gjev ein status til dei areala me brukar i vår verksemd» (Aktør 4 2015).

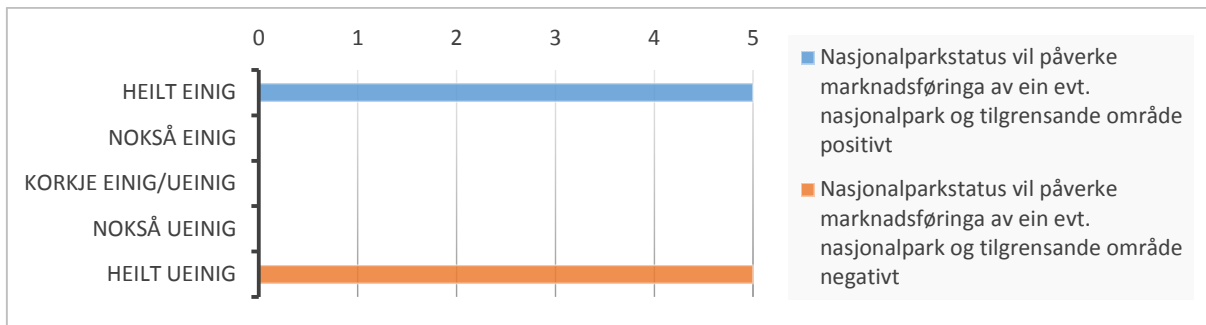
7.6 Delproblemstilling 5: Korleis oppfattar informantane landskapsvernområde-status kontra mogleg nasjonalparkstatus med omsyn til marknadsføring?

Spørjeundersøkinga viste at eit fleirtal av dei spurde informantane i «svært lita grad» eller «ikkje i det heile» nyttar nærleiken til eitt eller fleire av dei tre landskapsvernområda i si marknadsføring (sjå fig 15). Samstundes svarte informantane at dei «i høg grad» eller «i nokon grad» ser føre seg å nytte nærleiken til ein eventuell nasjonalpark i samband med marknadsføring (sjå fig. 15).



Figur 15. Informantane om landskapsvernområdestatus kontra eventuell nasjonalparkstatus og marknadsføring.

I samsvar med foregåande spørsmål synte undersøkinga at fleirtalet av informantane trudde nasjonalparkstatus vil ha positive verknader for marknadsføring av ein eventuell nasjonalpark (sjå fig. 16).



Figur 16. Informantane om landskapsvernområdestatus kontra eventuell nasjonalparkstatus og marknadsføring generelt.

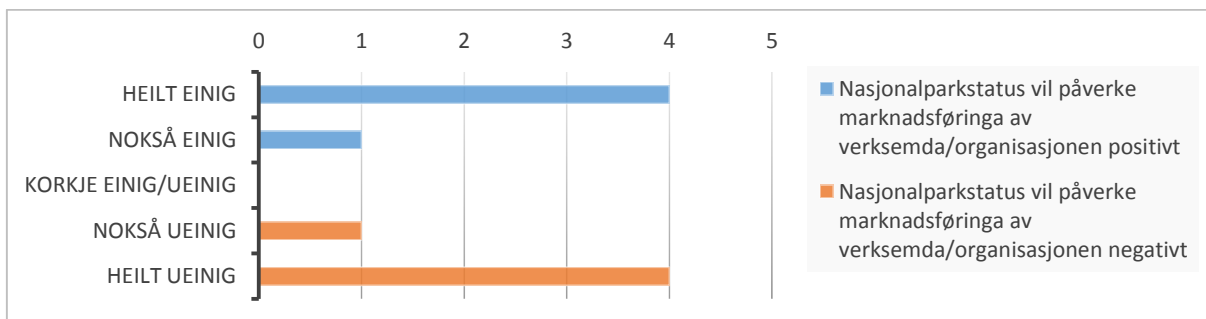
Intervjua viste, i likskap med spørjeundersøkinga, at nærleiken til landskapsvernområde vert lite nytta i marknadsføring. Informantane uttrykte at landskapsvernområde er eit ukjent omgrep som er av lita marknadsføringsverdi, særleg med omsyn til utanlandske turistar.

«Intetsigande begrep utan status» (Aktør 1 2015).

«Per dags dato så følar eg at det har forholdsvis lita verdi (Aktør 4 2015).

«Det har jo veldig lite verdi. Det er jo eit litt sånn byråkratisk begrep. Me nemnar det jo i ein del av kanalane våre, at det er eit landskapsvernområde. Meg eg trur det er stor forskjell på korleis gjestane våre oppfattar landskapsvernområde kontra nasjonalpark» (Aktør 5 2015).

På spørsmål om korleis eventuell nasjonalparkstatus vil påverke marknadsføringa av verksemda/organisasjonen svarte samtlege aktørar at dei «heilt einig» i påstanda om at nasjonalparkstatus vil ha positive verknadar for marknadsføring av sjølve nasjonalparken og tilgrensande område (sjå figur 17).



Figur 17. Informantane om eventuell nasjonalparkstatus og marknadsføring av verksemda/organisasjonen.

Når det gjeld ein mogleg nasjonalparkstatus uttrykte informantane at dette ville ha klart positive effektar for både marknadsføring av eiga verksemd/organisasjon samt tilgrensande område. Tilknytning til ein nasjonalpark vert oppfatta som verdifullt med tanke på å nå ut til ein større marknad:

«Klart positivt (...) Nasjonalpark er fyrste divisjon, landskapsvernområde blir aldri fyrste divisjon» (Aktør 1 2015).

Ein av informantane uttrykte at nasjonalparkstatusen vil kunne nyttast for å fremje både verksemda og området generelt:

(...) I marknadsføringsmessig samanheng, som er den andre delen av det, så er det åpenbart. Eg er sikker på at nasjonalparkstatus vil føre til auka etterspørsel, det er det øvste stampelet på naturkvalitet (...) Det er eit slikt hierarki i det, nasjonalpark er det øvste (Aktør 2 2015).

8.0 Drøfting

I dette kapitlet vil resultatene frå undersøkinga bli drøfta opp mot teori og annan relevant informasjon presentert tidlegare i oppgåva. Kapitlet er organisert slik at noverande verneform landskapsvernområde vil bli drøfta fyrst. Dette delkapitlet består av ein generell del om noverande verneform som naturbasert reiselivsattraksjon, samt ein eigen del om landskapsvernområde og attraksjonskraft. Deretter følgjer delkapittel om potensiell nasjonalpark som naturbasert reiselivsattraksjon og anbefalingar til vidare nasjonalparkprosess. Eit delkapittel om metodekritikk er også inkludert i dette kapitlet.

8.1 Landskapsvernområde som naturbasert reiselivsattraksjon

Resultata frå delproblemstilling syner at eit fleirtal av informantane som er omtala i denne oppgåva ikkje opplev noverande verneform som nokon tilretteleggar for naturbasert reiseliv. Mange restriksjonar og manglande forståing frå forvaltinga vart nemnt av fleire, og bidreg ifølgje informantane til å vanskeleggjere næringsverksemd i verneområda.

8.1.1 Føresetnader for naturbasert reiseliv

Ettersom målgruppa for denne oppgåva var tilbodssida av naturbasert reiseliv i dei tre landskapsvernområda, har ikkje forvaltinga bidrege med sine oppfatningar. Tidlegare og noverande verneplanar må likevel kunne reknast som representative for forvaltinga sitt syn på næringsverksemd i verneområda. Sjølv om den nyleg vedtekne felles forvaltingsplanen for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane uttrykkjer at det er ynskjeleg med naturbasert reiseliv i tilknyting til områda, opplev fleire av informantane formuleringane som vage og etterlyser difor konkrete retningslinjer for kva aktivitetar som er lov og ikkje lov til å utføre. Landskapsvernområde og utøving av naturbasert reiseliv kan verke som to uforlikelege mål, og her kjem den velkjente «bruk og vern»- konflikta inn. Næringsaktørar ynskjer moglegheit for å utøve aktivitetar i verneområde, men opplev at «gamle» haldningar til vern framom bruk heng att blant forvaltinga.

Dei siste åra har fokuset på næringsutvikling i verneområde auka, og i Noreg vart denne satsinga tydeleggjort gjennom Fjellteksten i 2003. Landskapsvernområde vart trekt fram som

ei verneform der det skulle vere mogleg med «mindre, miljøtilpassa virksomhet» innanfor rammen av verneformålet» (St. prp. nr. 65 (2002-2003) s. 150), og der det vanlegvis vil vere enklare å utføre tilrettelegging for turisme enn i nasjonalparker. Opplevingane til informantane i denne oppgåva samsvarar i så måte ikkje med dette, ettersom fleire av informantane trudde det ville bli enklare å drive med naturbasert reiseliv i ein nasjonalpark. Dette begrunna informantane mellom anna med at nasjonalparker får meir økonomisk støtte frå sentrale hald, samt ei generell oppfatting om at verneforma nasjonalpark er meir foreineleg med næringsutvikling.

Statlege føringar om næringsverksemd i verneområde dominerast av nasjonalparker «og andre store verneområde» og omtalar i lita landskapsvernområde spesifikt. Korleis bidreg dette til å forme turistar og tilbydarar sine oppfatningar om verneforma? Eit sentralt spørsmål kan å stille kan i så måte vere; kven er det eigentleg bestemmer kva som blir satsa på og dermed blir etterspurt av turistar? Dette kan moglegvis knyttast opp mot Urry (1988) si forklaring om kven, eller kva som «skapar» markørar. Ifølgje Urry sender samfunnet heile tida ut informasjon som påverkar korleis me oppfattar turistopplevingar og liknande. Sjølv om det er ei noko diffus kopling, kan det vere mogleg å antake at lite profilering av landskapsvernområde i reiselivsstrategiar og andre statlege føringar, bidreg til at landskapsvernområde ikkje er noko etablert begrep innan reiseliv.

Det kan verke som dei politiske signala om næring i verneområde ikkje har ført fram i områda som er omtala i denne oppgåva, men dette er truleg ikkje eit eineståande tilfelle. Haukeland (2011) sine undersøkingar frå Jotunheimen og Rondane nasjonalparker synte at reiselivsaktørar i lita grad kjende seg inkluderte i samband med utarbeiding av forvaltingsplanar, og samsvarar delvis med resultata frå denne undersøkinga. Ettersom Haukeland si undersøking tok for seg aktørar i tilknytning til nasjonalparker, er undersøkingane ikkje samanliknbare, men det gjev ein indikasjon på at mangel på involvering i forvaltinga kan vere gjeldande uavhengig av verneform. Desse funna kan moglegvis verke lite motiverande med tanke på næringsutvikling i ein potensiell nasjonalpark i tilknytning til SVR, Dyraheio og Lusaheia. Samstundes er det ikkje mogleg å dra noko konklusjon på bakgrunn av undersøkingane i denne oppgåva ettersom dei er gjort *før* ei mogleg oppretting av nasjonalpark.

Resultata synte at nokre av informantane i undersøkinga var skeptiske til modellen med lokal forvaltning. Forvaltninga si kompetanse om næringsutvikling i verneområda vart skildra som mangelfull, og informantane uttrykte at forvaltning frå sentralt hald kunne vere ein fordel med omsyn til naturbasert reiseliv. Sjølv om denne oppfattinga ikkje er representativ for informantane i undersøkinga, kan det kan det bidrage til å vise at det er forskjellar også innan ei relativt lita gruppe aktørar.

Motstridande interesser er ikkje eit ukjent fenomen i verneområde, med omsyn til konflikter mellom forvaltning og næringsaktørar (Haukeland 2011). Resultata frå denne undersøkinga indikerte at det også er ueinigheit mellom næringsaktørar innan dei tre landskapsvernområda: Nokre av informantane uttrykte at dei ideelle organisasjonane som har aktivitet i områda hadde særfordelar som dei mindre verksemdene ikkje har. Vidare stilte informantane spørsmål ved haldningane dei ideelle organisasjonane har til lokal næringsverksemd i verneområda. Dette vart ikkje nemnd av representanten frå den ideelle organisasjonen. Etersom konflikter blant næringsaktørane ikkje er direkte tema for oppgåva vil ikkje problematikken bli diskutert nærare, men det bidreg til å vise kor konfliktfylt næringsverksemd i verneområde kan vere.

8.1.2 Landskapsvernområdestatus og attraksjonskraft

Funna frå undersøkinga synte at informantane i lita grad opplevde at noverande verneform har nokon fordel med omsyn til å tiltrekke seg turistar, særleg utanlandske.

Landskapsvernområde vart gjennomgåande oppfatta som eit ukjent og lite etablert omgrep som hadde lita verdi med omsyn til marknadsføring. Sjølv om Leiper (1990) uttalar at det er det problematisk å nytte omgrep som attraksjonskraft og magnetisme i reiselivssamanhang, ettersom ein stad, eller bygning i seg sjølv ikkje innehar evna til å fysisk tiltrekke seg turistar, er dette eit såpass innarbeidd måte å omtale ein stad si rolle som attraksjon, at eg vel å nytte dette omgrepet.

Nytten av Leiper (1990) sin teori om turistattraksjonssystemet bestående av ein kjerne (ein sjåverdigheit, objekt, arrangement, t.d.), ein markør (informasjon om ei kjerne) og turist, har vist seg å kunne brukast for å svare på problemstillingane knytt til landskapsvernområde som naturbasert reiselivsattraksjon. Basert på oppfattingane til informantane inneheld statusen

landskapsvernområde for liten informasjon til at det kan oppfattast som nokon genererande markør som bidreg til at turistar dreg til landskapsvernområda (Leiper 1990). Det er vanskeleg å plassere landskapsvernområde i eit attraksjonshierarki, men basert på informasjonen frå informantane har landskapsvernområde ikkje nokon funksjon som primær eller sekundærattraksjon (Leiper 1990; Kamfjord 2011). Det kan moglegvis argumenterast for at landskapsvernområde kan fungere som ein tertiærattraksjon (Leiper 1990; Kamfjord 2011) som turistane vert klar over i løpet av reisa, men funna i dette studiet gjev ikkje nok informasjon til å foreta ei slik «rangering». Basert på landskapsvernområdestatus sin uklare funksjon som markør gjer det dermed vanskeleg å kople saman turistane og attraksjonen, og landskapsvernområde er tilsynelatande eit ufullstendig attraksjonssystem, sett ifrå (Leiper 1990). Teorien ville kan hende ha vore meir anvendeleg dersom ein hadde nytta turistane sitt perspektiv. Likevel kan informantane sine erfaringar og kunnskapar om kundemassen si, samt lite bruk a statusen i marknadsføring vere ein indikasjon på at landskapsvernområdestatus har lita attraksjonskraft.

Etter mi i erfaring fins det ikkje nokon studie som tek for seg tilbodssida si oppfatting av landskapsvernområdestatus, noko som medfører utfordringar i form av manglande samanlikningsgrunnlag. Dette bidreg til å vise at kan hende ha vore enklare å tatt for seg turistar sine oppfattingar av landskapsvernområde. I ettertid kan ein også sjå at ei meir spissa problemstilling kring informantane si oppgfatting av landskapsvernområde som ein naturbasert reiselivsattraksjon kunne ha bidrege til å belyse temaet nærare. Fleire konkrete spørsmål om informantane si oppfatting av landskapsvernområde sin funksjon som primær, sekundær eller tertiær attraksjon kunne ha bidrege til meir konkrete resultat.

8.2 Potensiell nasjonalpark som naturbasert reiselivsattraksjon

Resultata frå spørjeundersøkinga viste gjennomgåande positive oppfattingar til opprettinga av ein nasjonalpark. Informantane i oppgåva føretrakk ei overgang til nasjonalpark og trur denne verneforma kan gjere det enklare å drive naturbasert reiseliv samanlikna med noverande verneform.

Informantane sine positive innstilling til nasjonalpark kan moglegvis knyttast til dei dårlege erfaringane dei har gjort seg i forbindelse med noverande verneform. Trua på at

nasjonalparkstatus kan bidra til å styrke forvaltingsapparatet og gjere det lettare å drive naturbasert næring, kan mellom anna sjåast i samanheng med statlege signal om meir reiseliv i tilknytning til nasjonalparkar (St.meld. nr. 21 (2004–2005) ; St. prp. nr. 65 (2002-2003) ; Nærings- og handelsdepartementet 2012). Den nye merkevarestrategien for nasjonalparkar tydeleggjer denne satsinga (Miljødirektoratet 2014). Landskapsvernområde kan slikt sett verke som ei «gløymt» satsingsområde med omsyn til reiseliv.

Informantane i dette studiet opplevde at vernestatusen nasjonalpark er mykje meir etablert hjå folk flest samanlikna med noverande verneform. Sjølv om nasjonalparken framleis er på planleggingsstadiet var samtlege aktørar einige i at nasjonalparkstatus vil vere av stor verdi med omsyn til å tiltrekkje seg turistar, særleg utanlandske.

Basert på denne informasjonen, vil nasjonalparkstatus i tilknytning til SVR, Dyrarheio og Lusaheia ha moglegheit til å fungere som ein markør som fortel at området er verdt å besøke (MacCannell 1976; Leiper 1990). Under intervjuet vart det mellom anna påpeika at områda inneheld naturverdiar som er like «gode» som dei ein finn i nasjonalparkar, men at landskapsvernområdestatusen ikkje bidreg til å kommunisere dette. Soleis kan den meir etablerte statusen nasjonalpark moglegvis bidra til å kommunisere naturkvalitetane betre. Manglande tilrettelegging kan moglegvis også bidra til at landskapsvernområde ikkje vert oppfatta som ein attraksjon i same grad som nasjonalpark.

Fleire av informantane uttrykkjer at områda inneheld naturressursar av høg kvalitet, noko som skulle tilseie at områda vil tiltrekkje seg besøkande (Eagles 2001). Utfordringa oppstår som følgje av at landskapsvernområdestatusen er for lite etablert, og inneheld for lite informasjon til å kunne kommunisere desse naturressursane (Leiper 1990). Manglande tilrettelegging kan moglegvis også bidra til at landskapsvernområde ikkje vert oppfatta som ein attraksjon i same grad som nasjonalpark (Eagles 2001).

Ein av informantane uttrykte at nasjonalparkstatus vil gjere at fleire vel reisemål utifrå denne informasjonen. Utifrå dette vil nasjonalparkstatus kunne fungere som ein generande markør som er direkte avgjerande for val av reisemål, og gjere til at ein potensiell nasjonalpark kan fungere som ein primærattraksjon (Leiper 1990). Informantane i studiet uttrykte samstundes at ei tilknytning til nasjonalpark vil kunne leie til auka besøkstal også for deira verksemd/organisasjon. Vidare kan ein anta at nasjonalparkstatus vil kunne fungere som ein

generande markør også for informantane og deira produkt (Leiper 1990) Slik sett kan ein moglegvis anta at informantane sine produkt har auka sjansar til å oppfattast som både primær og sekundærattraksjonar (Leiper 1990; Kamfjord 2011).

Informantane i undersøkinga uttrykte også at nasjonalpark vil kunne få positive verknader for berørte og tilgrensande område, og at besøkstala vil kunne stige ved ei nasjonalparketablering. Døme på auka besøkstal som følgje av nasjonalparkstatus kan sjåast i fleire undersøkingar (Weiler & Seidl 2004; Weiler 2006; Fredman et al. 2007; Wall Reinius & Fredman 2007). Det vart også uttrykt at lokalsamfunn vil kunne nyte godt av ein eventuell nasjonalparkstatus. Ved ei etablering av nasjonalpark vil kommunar med areal innan denne, også kunne dra fordelar av offentlege merkevare-initiativ som nasjonalparkkommune eller nasjonalparklandsbystatus.

Studiet til Wall Reinius og Fredman (2007) frå Sverige synte at turistar oppfattar nasjonalparkstatus som meir attraktiv enn verdsarvområdestatus og biosfærereservat.

Funn gjort i denne undersøkinga kan indikere at også tilbudssida innan naturbasert reiseliv i dei aktuelle verneområda oppfattar nasjonalparkstatusen som meir attraktiv samanlikna med landskapsvernområdestatus. I likskap med studia til Wall Reinius og Fredman, synte undersøkingane at statusen nasjonalpark vert oppfatta som eit meir innhaldsrikt begrep, samanlikna med andre vernekategoriar.

Sjølv om denne studia samanlikna nasjonalparkstatus med ein annan verneform synte resultata at også tilbudssida av naturbasert reiseliv oppfattar nasjonalparkstatus som ein vernestatus med meir attraktiv samanlikna med andre verneformar.

Informasjonen som kom fram gjennom intervjuar synte at informantane har tru på at ein nasjonalpark vil kunne gje det naturbaserte reiselivet ein oppsving, men at det samstundes forutset at det vert gjort ein innsats med å leggje meir til rette for reiseliv. Dette indikerer at nasjonalpark som attraksjon er avhengig av fleire faktorar, og at det i tillegg til naturressursar av høg kvalitet og sjølve nasjonalparkstatusen, er avhengig av tilrettelegging for at turistar skal oppsøkje området (jf. fig. 2). Den nye merkevarestrategien for nasjonalparkar vil truleg kunne vere eit bidrag til å gjere ein eventuell nasjonalpark meir synleg.

Med tanke på at turistar vanlegvis ikkje berre oppsøker ei, men fleire kjernar gjev dette grunnlag for å anta at også dei tilgrensande områda og lokalsamfunna vil kunne oppleve

positive effektar av ei nasjonalparketablering. Dette er basert på oppfattingane til informantane i undersøkinga, samt teorien til Leiper (1990). Ettersom denne oppgåva tek for seg tilbodssida av naturbasert reiseliv er det difor vanskeleg å dra konklusjonar på turistane sine vegne.

8.3 Anbefalingar til vidare prosess

Funna i denne undersøkinga indikerar at det er einigheit blant informantane i oppgåva om at nasjonalparkstatus vil kunne betre vilkåra for naturbasert reiseliv, særleg med omsyn til marknadsføring. Ettersom planane om nasjonalpark framleis er på eit tidleg stadium vil forvaltinga ha moglegheit til å involvere næringsaktørar i ei tidleg fase i prosessen. Ved at næringsaktørar får moglegheit til å kome med innspel i ei tidleg fase kan dette kan moglegvis bidrage til ei auka forståing mellom forvalting og næringsaktørar, samt gjeve grunnlag for ei grundig gjennomgong av moglegheiter og avgrensingar for næringsverksemd i ein potensiell nasjonalpark.

8.4 Metodekritikk

8.4.1 Styrkar ved metoden

Resultata frå både spørjeundersøking og intervju synte at det i stor grad var einigheit blant informantane. Ved å nytte kontrasterande spørsmål i spørjeskjemaet har det likevel vore mogleg å fange opp nyansar ved svara. Ein informant svara seg t.d. «nokså einig» i påstanda om at nasjonalparkstatus vil føre til fleire besøkande i og nær nasjonalparken, og «heilt ueinig» i påstanda om at nasjonalparkstatus vil føre til færre besøkande. Ved å nytte intervju i etterkant av spørjeundersøkinga har det vore mogleg for informanten å grunngjeve dette, og dermed fått ei auka forståing for svara.

8.4.2 Svakheitar ved metoden

Sjølv om bruken av kontrasterande spørsmål i spørjeskjemaet bidrog til å fange opp nyansar, oppfatta fleire av informantane dette som noko omstendeleg. Bruken av kontrasterande spørsmål vart forsøkt forklart, og vart i stor grad møtt med forståing. Ein annan, klar svakheit ved både spørjeskjema og intervju var rett og slett at informantane ikkje hadde nok informasjon om den pågåande nasjonalparkprosessen, og etter mi oppfatting opplevde mange av spørsmåla som vanskelege å svare på. I ettertid kan eg også sjå at nokre av spørsmåla/påstandane kan oppfattast som like, t.d. «Nasjonalparkstatus vil ha fleire positive konsekvensar for verksemda/organisasjonen enn landskapsvernområde-status» og «Nasjonalparkstatus vil påverke verksemda/organisasjonen positivt».

Mangel på tilgjengeleg informasjon om nasjonalparkplanane i SVR, Dyraheio og Lusaheia har naturlegvis påverka oppgåva, ettersom nasjonalparkprosessen er i ei såpass tidleg fase. Det at oppgåva tek for seg ei problemstilling som ennå ikkje er reell, utgjer ein svakheit med oppgåva, og oppgåva må tolkast i ljøs av kor langt nasjonalparkprosessen var komen då oppgåva vart skrive. Som «fersk» forskar har det vore utfordrande å belyse eit tema med så mange uavklarte moment. Dette har også påverka informantane i studia -fleire av dei har ikkje rukke å danne seg ei endeleg meining om korleis dei trur nasjonalparkstatus kan påverke utvikling av naturbasert reiseliv i dei aktuelle områda. For å få tilstrekkeleg mengde data vart det gjort datainnsamling både ved bruk av spørjeskjema og intervju. Intervjua varierte i lengde frå dei ulike informantane. Nokon informantar hadde mange og sterke meiningar, medan andre ikkje

hadde danna seg noko endeleg formeining om saka, og intervjua varierte frå 25 til 60 minutt. Usikkerheit rundt grensene for nasjonalpark har og hatt ei påverking på oppgåva, ettersom ho er basert på eit kartforslag som truleg vil endrast. Ein av informantane har teke atterhald om at grensene for nasjonalpark vert utvida til å gjelde alle dei åtte verneområda som inngår i verneområdestyret for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane sitt forvaltingsmynde. I ettertid kan ein sjå at det kunne ha vore fordelaktig å utvida tema for oppgåva og inkludere forvaltinga sitt syn på problemstillinga. Det faktum at det berre fins eit avgrensa antal aktørar innan naturbasert reiseliv i tilknytning til SVR, Dyraheio og Lusaheia landskapsvernområde, gjer det vanskeleg å garantere informantane anonymitet. Dei med kjennskap til området vil kan hende kunne identifisere verksemdene og organisasjonane, sjølv om dei ikkje er omtala under namn. Dette er ein av svakheitane ved å ha eit så lite utval, men ettersom oppgåva er avgrensa til å gjelde aktørar med tilknytning til dei tre landskapsvernområda som er omfatta av det førebelse forslaget til nasjonalpark, er det vanskeleg å unngå dette.

Det er ei relativt stor geografisk spreiding blant informantane, og det å møte informantane personleg vart dermed svært tidkrevjande. Å avtale tid for eit fysisk møte byr på utfordringar, og det å i det heile få ein avtale var i nokre tilfelle ein omstendeleg prosess. I ettertid kan ein sjå at telefonintervju og utdeling av spørjeskjema via e-post hadde gjort datainnsamlingsprosessen betrakteleg kortare. Samstundes er det ikkje sikkert at informantane hadde tilført intervju like mykje informasjon om ein hadde vald ein mindre personleg datainnsamlingsmetode.

Ettersom oppgåva tek for seg ei «lokal» problemstilling vart det naturleg å avgrense studieområdet til kommunar i tilknytning SVR, Dyraheio og Lusaheia landskapsvernområde. Det er difor vanskeleg å nytte resultata frå undersøkingane til å generalisere, ettersom ein må take omsyn til lokale forhold og føresetnader. Det har heller ikkje vore noko mål å kome fram til generaliserbare resultat, men å få fram synspunkt frå lokale aktørar innan eit spesifikt område.

9.0 Oppsummering og konklusjon

Denne oppgåva har teke for seg aktørar innan naturbasert reiseliv i tilknytning til dei tre verneområda SVR, Dyraheio og Lusaheia. Undersøkingane i dette studiet synte at landskapsvernområdestatus ikkje bidreg til å fremje utvikling av naturbasert reiseliv. Eit fleirtal av informantane i studiet opplevde at strenge vernerestriksjonar, samt manglande forståing og tilrettelegging frå forvaltinga gjer det vanskeleg å drive naturbasert reiseliv i tilknytning til landskapsvernområda. Undersøkingane synte at landskapsvernområdestatus i lita grad opplevast å fungere som ein markør som gjev informasjon om området, og bidreg tiltrekk seg besøkjande. Ifølgje informantane i denne studia er landskapsvernområde ei verneform dei færraste har eit forhold til, og dei ser difor ikkje nokon nytte av denne statusen med tanke på marknadsføring og informantane nyttar i lita grad nærleiken til landskapsvernområde i si marknadsføring. Informantane i oppgåva uttrykte seg i stor grad positivt til ein mogleg nasjonalpark og føretrakk nasjonalpark framom landskapsvernområde. Informantane uttrykte at dette ville ha store fordelar med omsyn til marknadsføring og besøkstal. Basert på informantane sine oppfattingar, verkar det som oppretting av ein nasjonalpark kan bidrage til å løfte områda og framstå som meir attraktive for turistar. Teorien om attraksjonar har vist seg å vere delvis anvendelig til dette studiet, og er kan hende lettare å tilpasse til tilbodssida av det naturbaserte reiselivet. Etersom det er få aktørar innan naturbasert reiseliv i området, var det utfordrande å få tak i nok informantar til å belyse problematikken. Eit større utval ville kan hende ha bidrege i vise fleire nyansar ved temaet. Samstundes er det avgrensa utvalet ein naturleg konsekvens av at det er såpass få aktørar i området. Basert oppfattingane til informantane i denne oppgåva vil oppretting av nasjonalpark moglegvis kunne bidrage til meir næringsverksemd.

9.1 Refleksjon og vidare forskning

Å skrive ei masteroppgåve om ein potensiell nasjonalpark i tilknytning dei tre landskapsvernområda SVR, Dyraheio og Lusaheia, har vore krevjande ettersom prosessen framleis er på eit svært tidleg stadium. Informantane sine uttalingar må sjåast i ljøs av at det, forståeleg nok, er lite informasjon tilgjengeleg om temaet. Likevel trur eg at oppgåva er av verdi ettersom ho belyser nasjonalparkprosessen sett i frå naturbaserte reiselivsaktørar på

eit tidleg stadium og potensielt kan danne grunnlag for framtidige undersøkingar om temaet nasjonalpark i tilknytning dei tre landskapsvernområda. Sjølv om resultata er prega av lokale forhold, vil det kan hende også vere mogleg å nytte dei til å samanlikne liknande problemstillingar i andre verneområde. I vidare studiar vil det også vere av interesse å belyse forvaltinga sitt syn på næringsutvikling. Under intervjuet til denne oppgåva kom det fram at det eksisterar ueinigheit om nytten av områda også innan informantane, og nokre av verksemdene opplevde at dei ideelle organisasjonane hadde særrettar i verneområda. Dette vart ikkje diskutert i stor grad i denne oppgåva, men kan vere eit interessant tema for vidare forskning.

10.0 Kjelder

- Bevanger, K. & Jordhøy, P. (2004). *Villrein: fjellets nomade*. Oslo: Naturforl. 167 s.
- Bugge, H. C. (2009). *Lærebok i miljøforvaltningsrett*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dudley, N. (2008). *Guidelines for applying protected area management categories*: IUCN.
- Eagles, P. (2001). *International trends in park tourism*. EUROPARC 2001 Conference, October. 3-7 s.
- Eagles, P. F. & McCool, S. F. (2002). *Tourism in national parks and protected areas: Planning and management*: CABI.
- Falleth, E. I. & Hovik, S. (2006). Lokal forvaltning av store verneområder. Evaluering av kommunal forvaltning i Setesdal Vesthei-Ryfylkeheiane *NIBR Rapport 2006:18*. Oslo: Norsk institutt for by- og regionforskning. 109 s.
- Forskr. om vern Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane. (2000). *Forskrift om vern av Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane landskapsvernområde, Bykle, Valle og Bygland kommunar, Aust-Agder, Åseral, Hægebostad, Kvinesdal og Sirdal kommunar, Vest-Agder og Forsand kommune, Rogaland*. Tilgjengelig fra: <https://lovdata.no/dokument/MV/forskrift/2000-04-28-409?q=setesdal+vesthei> (lest 06.02.2015).
- Forskrift om Dyraheio landskapsvernområde. (1997). *Forskrift om vern av Dyraheio landskapsvernområde med biotopvern, Suldal kommune, Rogaland*. Tilgjengelig fra: <https://lovdata.no/dokument/MV/forskrift/1997-09-26-1045?q=dyraheio> (lest 14.04.2015).
- Forskrift om Lusaheia landskapsvernområde. (1991). *Forskrift om vern av Lusaheia landskapsvernområde, Hjelmeland kommune, Rogaland*. Tilgjengelig fra: <https://lovdata.no/dokument/MV/forskrift/1991-04-19-246?q=lusaheia> (lest 14.04.2015).
- Fredman, P. (2004, June 16-20). *National park designation—visitor flows and tourism impact*. Proceedings of the second international conference on monitoring and management of visitor flows in recreational and protected areas, Rovaniemi, Finland: Finnish Forest Research Institute, Working Papers. s. 16-20
- Fredman, P., Friberg, L. H. & Emmelin, L. (2007). Increased visitation from national park designation. *Current Issues in Tourism*, 10 (1): 87-95.
- Fredman, P., Wall-Reinius, S. & Lundberg, C. (2009). Turism i natur: Definitioner, omfang, statistikk. Rapport ETOUR, R-23:2009. Tilgjengelig fra: <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:282000/FULLTEXT01> (lest 13.02.2015).
- Fredman, P. & Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in Nature-Based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10 (3): 177-189.
- Friluftsløven. (1957). *Lov om friluftslivet (friluftsløven) av 28. juni 1957 nr. 16*.
- Frøstrup, J. C. & Vigerstøl, N. P. (1992). *Veiderliv. Glimt fra Aust-Agders jakt-og fiskehistorie*: Tvedestrand Boktrykkeri.
- Grønmo, S. (1996). Forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskningen. I: Holter, H. & Kalleberg, R. (red.) *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*, s. 73-108. Oslo: Universitetsforlaget.
- Gunn, C. (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Austin: University of Texas Press.
- Haukeland, J. V., Grue, B. & Veisten, K. (2010). Turning national parks into tourist attractions: Nature orientation and quest for facilities. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10 (3): 248-271.
- Haukeland, J. V. (2011). Tourism stakeholders' perceptions of national park management in Norway. *Journal of sustainable tourism*, 19 (2): 133-153.
- Heiberg, M. M., Christensen, H. M. & Aas, Ø. (2005). Turisme i verneområder. Forprosjekt. *NINA Rapport 87*, 8242616310. 87 s.
- Helle-Olsen, K., Thomsen, H., Worsøe, O. I. & Bay, L. A. (2004). Heibergheiene - fra rikmannsjakt til enkelt friluftsliv. I: Helle-Olsen, K. (red.) *Årbok Stavanger turistforening 2003*, s. 174-215. Stavanger: Stavanger Turistforening.
- Hellevik, O. (2002). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget. 487 s.

- Higham, J. & Vistad, O. I. (2011). Tourism in Protected Natural Areas: The Nordic-Baltic Context. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11 (1): 1-12.
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*: Abstrakt Forlag.
- Kamfjord, G. (2011). *Det helhetlige reiselivsproduktet*. Oslo: Fagspesialisten. 359 s.
- King, L. M., McCool, S. F., Fredman, P. & Halpenny, E. A. (2012). Protected area branding strategies to increase stewardship among park constituencies. *Parks*, 18 (2): 54-63.
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M. & Rygge, J. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk. 344 s.
- Larsen, A. K. (2007). *En enklere metode: Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode*: Fagbokforl.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of tourism research*, 17 (3): 367-384.
- Lundberg, C. & Fredman, P. (2012). Success factors and constraints among nature-based tourism entrepreneurs. *Current Issues in Tourism*, 15 (7): 649-671.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*: Univ of California Press.
- McCool, S. F. (2009). Constructing partnerships for protected area tourism planning in an era of change and messiness. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (2): 133-148.
- Mehmetoglu, M. (2007). *Naturbasert turisme*. Bergen: Fagbokforl. 165 s.
- Miljødirektoratet. (2013a). *Naturarven som verdiskaper- Om programmet*. Tilgjengelig fra: <http://www.miljodirektoratet.no/no/Tema/Verneomrader/Naturarven-som-verdiskaper/Om-programmet/> (lest 01.05.2015).
- Miljødirektoratet. (2013b). *Vern før og nå*. Tilgjengelig fra: <http://www.miljodirektoratet.no/no/Tema/Verneomrader/Vern-for-og-na/>.
- Miljødirektoratet. (2014). *Nasjonalparkane skal få meir tydeleg identitet*. Tilgjengelig fra: <http://www.miljodirektoratet.no/no/Nyheter/Nyheter/2014/Mars-2014/Nasjonalparkane-skal-fa-meir-tydeleg-identitet/> (lest 16.04.2015).
- Miljødirektoratet. (2015). *Norges nasjonalparker*. Tilgjengelig fra: <http://www.miljodirektoratet.no/no/Tema/Verneomrader/Norges-nasjonalparker/> (lest 20.04.2015).
- Miljøverndepartementet. (2007). Fylkesdelplaner for bruk og vern av prioriterte fjellområder - fastsetting av nasjonale villreinområder. *Bestillingsbrev*. 7 s.
- Miljøverndepartementet. (2008). *Regjeringen Stoltenberg II: Nasjonalparklandsbyer og nasjonalparkkommuner utpekt*.
- Naturmangfoldloven. (2009). *Lov om forvaltning av naturens mangfold av 19. juni 2009 nr. 100*.
- NRK. (2014). *Agder kan få ny nasjonalpark*. Tilgjengelig fra: <http://www.nrk.no/sorlandet/agder-kan-fa-ny-nasjonalpark-1.11980304> (lest 12.10.2014).
- Nærings- og handelsdepartementet. (2007). *Regjeringens reiselivsstrategi. Verdifulle opplevelser: nasjonal strategi for reiselivsnæringen*. Oslo: Nærings- og handelsdepartementet, 78 s.
- Nærings- og handelsdepartementet. (2012). *Regjeringens reiselivsstrategi. Destinasjon Norge: nasjonal strategi for reiselivsnæringen*. Oslo: Nærings- og handelsdepartementet. 90 s.
- Ot.prp. nr. 52 (2008–2009). *Om lov om forvaltning av naturens mangfold (naturmangfoldloven)*. Oslo: Miljøverndepartementet. 480 s.
- Prop. 1 S (2009–2010). *Proposisjon til Stortinget (forslag til stortingsvedtak) for budsjettåret 2010*: Miljøverndepartementet. 285 s.
- Regional plan for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Setesdal Austhei - Heiplanen. (2013). 79 s.
- Regjeringen.no. (2015). *Ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker*. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/ny-merkevare--og-kommunikasjonsstrategi-for-norges-nasjonalparker/id2405689/> (lest 16.04.2015).
- Ryen, A. (2002). *Det kvalitative intervjuet – Fra vitenskapsteori til feltarbeid*: Fagbokforlaget.
- St. meld. nr. 62 (1991-1992). *Ny landsplan for nasjonalparker og andre større verneområder i Norge*. Oslo: Miljøverndepartementet.

- St. prp. nr. 65 (2002-2003). *Tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet medregnet folketrygden 2003*: Finansdepartementet. 220 s.
- St.meld. nr. 21 (2004-2005). *Regjeringens miljøvernpolitikk og rikets miljøtilstand*. Oslo: Miljøverndepartementet.
- St.meld. nr. 26 (2006-2007). *Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand*. Oslo: Miljøverndepartementet.
- Stensland, S., Fossgard, K., Apon, J. C., Baardsen, S., Fredman, P., Grubben, I., Haukeland, J. V. & Eikrem Røren, A. M. (2014). *Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Frekvens- og metoderapport, INA Fagrapport 25: Norges miljø- og biovitenskapelige universitet*. 107 s.
- Strand, O., Panzacchi, M., Jordhøy, P., Van Moorter, B., Andersen, R. & Bay, L. A. (2011). *Villreinens bruk av Setesdalsheiene. Sluttrapport fra GPS-merkeprosjektet 2006-2010. NINA Rapport 694*. Trondheim: Norsk institutt for naturforvaltning. 143 s. + vedlegg.
- SVR. (2003). *Forvaltningsplan for Setesdal Vesthei – Ryfylkeheiane Landskapsverneområde / Steinsbuskardet – Hisdal Biotopverneområde*. 64 s.
- Tjordal Haugen, E. (2009). *Frå gråberg til gull- vern gjennom bruk*. Frå gråberg til gull. Tilgjengelig fra: <https://graabergtilgull.wordpress.com/category/prosjektet-fra-graberg-til-gull/> (lest 26.04.2015).
- Urry, J. (1988) Cultural change and Contemporary Holidaymaking Theory. *Culture and Society* 35 (5) - 55.
- Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane. (2015). *Forvaltningsplan for Setesdal Vesthei, Ryfylkeheiane og Frafjordheiane*. 184 s.
- Verneområdestyret for Setesdal Vesthei Rylkeheiane og Frafjordheiane. (April 2015). *Nasjonalpark eller landskapsvernområde? Presentasjon for Setesdalskommunane*. Upublisert manuskript.
- Wall Reinius, S. & Fredman, P. (2007). Protected areas as attractions. *Annals of Tourism Research*, 34 (4): 839-854.
- Weiler, S. & Seidl, A. (2004). What's in a Name? Extracting Econometric Drivers to Assess The Impact of National Park Designation. *Journal of Regional Science*, 44 (2): 245-262.
- Weiler, S. (2006). A park by any other name: National Park designation as a natural experiment in signaling. *Journal of Urban Economics*, 60 (1): 96-106.
- Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods*: Sage publications.
- Yuan, M. & Fredman, P. (2008). *A Call for a Broad Spatial Understanding of Outdoor Recreation Use*. I: Raschi, A. & Trampeti, S. (red.). *Management for protection and sustainable development. Proceedings of the Fourth International Conference on Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas, Montecatini Terme, Italy*. Mid Sweden University. Tilgjengelig fra: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:128288/FULLTEXT01.pdf> (lest 30.04.2015).

11.0 Vedlegg A: Spørjeundersøking

Spørjeundersøking- Verknader av eventuell nasjonalparkstatus i delar av SVR, Dyraheio og Lusaheia landskapsvernområde med tanke på naturbasert reiseliv

Noverande verneform- moglegheiter og avgrensingar for utvikling av naturbasert reiseliv

1. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Heilt ueinig	Nokså ueinig	Korkje einig/ ueinig	Nokså einig	Heilt einig
Landskapsvernområdestatus legg til rette for utvikling av naturbasert reiseliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Landskapsvernområdestatus legg <i>ikkje</i> til rette for utvikling av naturbasert reiseliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dagens verneføresegner har <i>positive</i> konsekvensar for verksemda/organisasjonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dagens verneføresegner har <i>negative</i> konsekvensar for verksemda/organisasjonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Landskapsvernområde kontra nasjonalpark

2. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Heilt ueinig	Nokså ueinig	Korkje einig/ ueinig	Nokså einig	Heilt einig
Verksemda/organisasjonen føretrekk å behalde dagens verneform	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verksemda/organisasjonen føretrekk ei overgong til nasjonalpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil ha fleire <i>positive</i> konsekvensar for verksemda/organisasjonen enn landskapsvernområdestatus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil ha fleire <i>negative</i> konsekvensar for verksemda/organisasjonen enn landskapsvernområdestatus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Generelle verknader av ein eventuell nasjonalpark i Setesdal Vesthei Ryfylkeheiane, Dyrhaeio og Lusaheia landskapsvernområde

3. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Heilt ueinig	Nokså ueinig	Korkje einig/ueinig	Nokså einig	Heilt einig
Nasjonalparkstatus vil påverke dei tre verneområda og tilgrensande område <i>positivt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil påverke dei tre verneområda og tilgrensande område <i>negativt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil føre til <i>fleire</i> besøkande i og nær nasjonalparken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil føre til <i>færre</i> besøkande i og nær nasjonalparken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil føre til <i>fleire</i> reiselivsverksemder i og nærleiken av ein framtidig nasjonalpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil føre til <i>færre</i> reiselivsverksemder i og nærleiken av ein framtidig nasjonalpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil ha <i>positive</i> verknader for lokalsamfunna i dei aktuelle områda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil ha <i>negative</i> verknader for lokalsamfunna i dei aktuelle områda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Eventuell nasjonalparkstatus si påverking på den spesifikke verksemda/organisasjonen

4. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Heilt ueinig	Nokså ueinig	Korkje einig/ueinig	Nokså einig	Heilt einig
Nasjonalparkstatus vil påverke verksemda/organisasjonen <i>positivt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil påverke verksemda/organisasjonen <i>negativt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil føre til <i>fleire</i> besøkande for verksemda/organisasjonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil føre til <i>færre</i> besøkande for verksemda/organisasjonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Eventuell nasjonalparkstatus og marknadsføring generelt

5. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Heilt ueinig	Nokså ueinig	Korkje einig/ueinig	Nokså einig	Heilt einig
Nasjonalparkstatus vil påverke marknadsføringa av sjølve nasjonalparken og tilgrensande område <i>positivt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil påverke marknadsføringa av sjølve nasjonalparken og tilgrensande område <i>negativt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Eventuell nasjonalparkstatus og marknadsføring av den spesifikke verksemda/organisasjonen

6. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Heilt ueinig	Nokså ueinig	Korkje einig/ueinig	Nokså einig	Heilt einig
Nasjonalparkstatus vil påverke marknadsføringa av verksemda/organisasjonen <i>positivt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nasjonalparkstatus vil påverke marknadsføringa av verksemda/organisasjonen <i>negativt</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Marknadsføring av landskapsvernområde kontra eventuell nasjonalpark

7. I kva grad er du einig i følgjande påstandar?					
Set eitt kryss per linje	Ikkje i det heile	I svært liten grad	I liten grad	I nokon grad	I høg grad
Verksemda/organisasjonen nyttar nærleiken til landskapsvernområde i si marknadsføring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verksemda/organisasjonen ser for seg å kunne nytte nærleiken til ein evt. nasjonalpark i framtidig marknadsføring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Takk for svar!

12.0 Vedlegg B: Intervjuguide

Introduksjon	Om verksemda/org- anisasjonen	Landskapsvernområde kontra nasjonalpark	Verknader av nasjonalparkstatus	Verneform og marknadsføring	Avslutning
Introdusere seg sjølv og tema for oppgåva.	Kva slags verksemd/org- anisasjon er det?	Korleis oppfattar informanten verneforma landskapsvernområde med omsyn til utvikling av naturbasert reiseliv?	Korleis trur informanten at nasjonalparkstatus vil påverke sjølve nasjonalparken og tilgrensande område?	Korleis oppfattar informanten tittelen <i>landskapsvern-område</i> med omsyn til marknadsføringa av SVR, Dyraheio og Lusaheia?	Kort oppsummering av hovudpunkt.
Forklare informanten om kvifor den aktuelle verksemda/organisasjonen har blitt vald.	Har verksemda/organisasjonen aktivitet i sjølve SVR, Dyraheio eller Lusaheia landskapsvernområde?	Korleis oppfattar informanten noverande verneform i forhold til si verksemd/organisasjon?	Korleis trur informanten at nasjonalparkstatus vil påverkebesøktal i sjølve nasjonalparken og tilgrensande område?	Korleis oppfattar informanten tittelen <i>landskapsvernområde</i> med omsyn til marknadsføringa av si verksemd/org- anisasjon?	Har informanten noko ytterlegare informasjon som burde kome med?
Opplyse om bandopptakar, anonymitet og sitatsjekk.	Kva er informanten si rolle i verksemda/organisasjonen?	Korleis oppfattar informanten nasjonalpark kontra landskapsvernområde mot. positive konsekvensar for si verksemd/organisasjon?	Korleis trur informanten at nasjonalparkstatus vil påverke næringsutvikling i sjølve nasjonalparken og tilgrensande område?	Korleis oppfattar informanten tittelen <i>nasjonalpark</i> med omsyn til marknadsføringa av nasjonalparken og tilgrensande område?	Informere om neste steg med oppgåva.
Gje informanten ein kort oversikt over tema/spørsmål.	Kor lenge har verksemda/organisasjonen vore i drift?	Korleis oppfattar informanten nasjonalpark kontra landskapsvernområde mot. negative konsekvensar for si verksemd/organisasjon?	Korleis trur informanten at nasjonalparkstatus vil påverke tilgrensande lokalsamfunn?	Korleis oppfattar informanten tittelen <i>nasjonalpark</i> med omsyn til marknadsføringa av si verksemd/org- anisasjon?	Spørje informanten om det er mogleg å kome med oppfølgings- spørsmål seinare.
Eventuelle spørsmål frå informanten om intervjuet.	Kva marknad/målgruppe rettar verksemda/org- anisasjonen seg mot?		Korleis trur informanten at nasjonalparkstatus vil påverke si verksemd/org- anisasjon?		Mogleg å kontakte intervjuar dersom det er noko (mail/tlf).
			Korleis trur informanten at nasjonalparkstatus vil påverke besøktala for si verksemd/org- anisasjon?		



Noregs miljø- og
biovitenskaplege
universitet

Postboks 5003
NO-1432 Ås
67 23 00 00
www.nmbu.no