



Kulturleia utviklingsstrategiar i rurale lokalsamfunn

Ein studie av kultur som relevant politisk verkemiddel i arbeid med å auka tilflytting til rurale lokalsamfunn – eit casestudie

LINDA ØEN

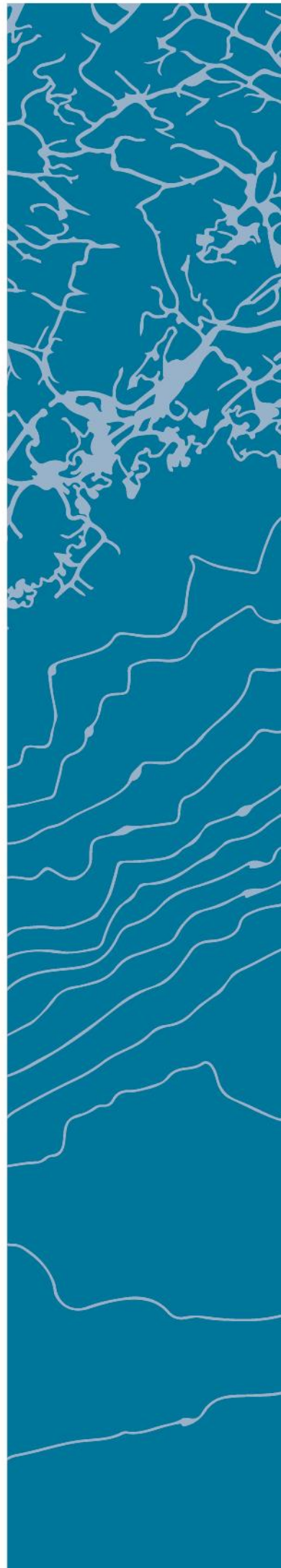
RETTLEIAR

Hans Kjetil Lysgård

Universitetet i Agder, 2018

Fakultet for samfunnsvitenskap

Institutt for statsvitenskap og ledelsesfag



Forord

Med denne oppgåva fullfører eg deltidsstudie erfaringsbasert leiing med spesialisering i Kulturleiing, Universitet i Agder, fakultet for samfunnsvitenskap. Dette studie valte eg for å auka eigen kompetanse i leiarrolla. Studie var særleg relevant med sitt fokus på ein offentleg sektor i endring. Val av emne er blitt til undervegs og spesialiseringa «Kultur som politisk verkemiddel i regional utvikling» var til særleg inspirasjon.

Fyrst vil eg takka alle som har stilt opp og latt seg intervjuja i samband med oppgåva. Alle eg har kontakta har synt interesse for tema og synt stor til å stilla opp. Takk for gode samtalar og refleksjonar.

Ein stor takk til rettleiaren min Hans Kjetil Lysgård for å føra meg inn på rett spor i alle dei høve det var naudsynt, for gode og konstruktive tilbakemeldingar og for å ha delt av kunnskapen din. Du har lært med mykje.

Utan støtte og tålmod frå mann, born, foreldre og svigerforeldre kunne eg ikkje ha fullført denne masteroppgåva. Tusen takk for at de heile tida har stilt opp for meg, heia på meg og bore over med meg i stunder der frustrasjonen har teke overhand. Det betyr mykje. Ei særleg takk til Johnny, Emma og Nelly.

Til slutt vil eg takka Kvinnherad kommune for å ha støtta meg og gitt meg muligheit til å ta denne vidareutdanninga, og for stor forståing i tida då arbeidet har stått på.

Rosendal 13.06.17

Linda Øen

Samandrag

Oppgåva handlar om Kultur som politisk verkemiddel i arbeid med å auka tilflytting til rurale lokalsamfunn. Tema vert grunngeve med stort politisk fokus både i europeisk, nasjonal og regional samanheng på Kultur som verkemiddel for å skapa økonomisk vekst og konkuransefortrinn i byar og regionar.

I denne oppgåva ser eg på dette i eit lokalt perspektiv og undersøker om dette er relevant i rurale lokalsamfunn. Hovudproblemstillinga har vert å undersøka Korleis kultur kan vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal?

I oppgåva nyttar eg kvalitative metodar og opne individuelle intervju med tilflyttarar og lokale utviklingsaktørar. Undersøkinga gjer svar på korleis kulturomgrepet og kulturleia utviklingsstrategiar vert nytta i Rosendal, korleis potensialet i slike strategiar vart vurdert og korleis utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal kan knytast til kulturomgrepet.

Kvart av forskingsspørsmåla i problemstillinga vert drøfta ut frå empiriske funn og det teoretiske rammeverket. Det visar seg at dei kulturleia utviklingsstrategiane kan ha ein viss relevans i rurale lokalsamfunn men at den tradisjonelle kulturpolitikken som tek utgangspunkt i det utvida kulturomgrepet utvikla på 70-talet er like viktig, om ikkje viktigare, å ha fokus på i arbeidet med tilflytting.

Det teoretiske rammeverket i denne oppgåva byggjer på tre innfallsvinklar. Som innleiing vert kulturomgrepet belyst. Vidare vert det greia ut om ulike kulturleia utviklingsstrategiar før eg ser på kva flytteforskinga seier om motiv for å flytta til distrikta. Til slutt ser eg på relasjonen mellom kulturleia utviklingstrategiar og flytting til rurale lokalsamfunn.

1. Innhald

1	Tematikk og problemstilling	1
1.1	Problemdiskusjon/problemstilling.....	3
1.2	Kva gjer Rosendal interessant som case.....	4
1.3	Disposisjon	6
2	Teoretisk rammeverk.....	8
2.1	Kulturomgrepet – ei klargjering	8
2.1.1	Det beskrivande kulturomgrepet	8
2.1.2	Det verdiorienterte eller kvalitative kulturomgrepet	9
2.1.3	Det utvida eller kulturpolitiske kulturomgrepet	10
2.2	Framveksten av kulturleia utviklingsstrategiar.....	10
2.2.1	Den instrumentelle kulturpolitikken.....	11
2.3	Kulturleia utviklingsstrategiar og deira potensiale	13
2.3.1	Kulturell produksjon som strategi	13
2.3.2	Konsumentorienterte strategiar	17
2.4	Flytteforskninga som motiv for flytting i rurale Noreg.....	21
2.4.1	Sentraliseringstendensar	21
2.4.2	Utløysande og potensielle faktorar for flytteavgjersla	22
2.4.3	Flytte og bumotiv i distrikta	23
2.5	Relasjonen mellom kulturbasert utvikling og flyttemotiv og livskvalitet i Norske bygdesamfunn	24
3	Metode og data	27
3.1	Val av tilnærming	27
3.1.1	Utarbeiding av problemstilling.....	28
3.2	Presentasjon av forskingsdesign.....	29
3.2.1	Avgrensing av data: Casestudie	29
3.2.2	Det opne individuelle intervjuet.....	30

3.2.3	Strategisk utval	31
3.3	Gjennomføring av undersøkinga	33
3.3.1	Intervjuguide og intervju	33
3.3.2	Førebuing og gjennomføring av intervju	34
3.3.3	Transkribering	35
3.4	Analytisk tilnærming	36
3.4.1	Koding av data	36
3.4.2	Gruppering og kategorisering av data	36
3.5	Etiske vurderingar, relabilitet og validitet	37
3.5.1	Informert samtykke og anonymitet	37
3.5.2	Respondentkoding	38
3.5.3	Relabilitet	39
3.5.4	Validitet	40
4	Empiri og analyse	42
4.1	Korleis vert kulturomgrepet og kulturstrategiar nytta i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis vurderer ein potensialet i slike strategiar	42
4.1.1	Dei produksjonsorienterte strategiane	42
4.1.2	Konsumorienterte strategiar	44
4.2	Kva er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis er dette knytt til kultur som motiv for å flytta?	48
4.2.1	Tilbakeflyttarar om flyttemotiv	51
4.2.2	Nye tilflyttarar om flyttemotiv	51
4.2.3	Kva er viktig for at tilflyttarar skal trivast og bli buande i Rosendal	55
4.3	Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal?	62
5	Oppsummering	65
5.1	Hovudfunn	65
5.2	Vidare forskning	67

Kjelder.....	68
Offentlege publikasjonar	69
Bilete	70
Vedlegg	70

1 Tematikk og problemstilling

Ideen om kultur som eit viktig politisk vekemiddel i regional utvikling gjorde seg gjeldande i vesten og i Nordiske land for fullt frå byrjinga av 2000-talet. Denne trenden førde med seg at kulturelle industriar vart viktige i kulturpolitikken. Auka i kulturindustriar er nært forbunde med auka i massekultur, ein form for kultur som den tradisjonelle kunst og kulturarvbaserte kulturpolitikken i mange år hadde prøvd å vera ei motvekt til. Omlag på same tid vart kulturindustriar eit tema også i lokal politikktutforming. (Hesmondhalgh & Pratt, 2005). Frå slutten av 1990-talet kan ein sjå ein trend der politikkarar på ulike nivå i nordisk regional politikk håpa å finna ein mirakelkur for regional og økonomisk utvikling i kultur (Power, 2009). Denne trenden kjem mellom anna til syne i handlingsplanar og lokalpolitiske kultur og byutviklingsprogram. I det politiske miljø vert kultur ofte framheva som viktig for at ein region eller kommune skal stå fram som attraktiv for tilflytting, medan andre gjerne hevdar at det er arbeidsplassar og samferdsle som er det einaste verkemiddelet i arbeid med å auka folketalet.

Kulturutredninga syner til korleis kulturverksemdar si rolle i stadsutviklingsprosessar i byar og regionar er vorte ein del av ein argumentasjon der kulturnæringar vert rekna som ei indirekte kjelda til verdiskaping. Trua på at kultur spelar ein avgjerande rolle i by og regionsutvikling, inspirert av Richard Florida sine teoriar om den kreative klasse, har ført til at kulturnæringar har fått et bredt nedslag i norsk kulturliv og kulturforvaltning. Kulturnæring vert rekna som eit reiskap for stadsutvikling og har derfor fått sterkt fotfeste innanfor den regionale og lokale kulturpolitikken dei siste åra. Vidare legg utredninga vekt på at kunnskapsgrunnlaget for denne politikken er omstridt og at teoriane om kulturnæringane som kjelda til næringsutvikling gjennom tilflytting i fyrste rekkja er gyldig i Norden sine storbyregionar, medan det i distriktskommunar er andre forhold enn kulturlivet, og då særleg jobbmoglegheiter som har betydning for tilflyttinga (NOU 2013:4)

Hordaland fylkeskommune peikar i gjeldande kulturplan på at «*attraktive kulturtilbod er med på å skapa trivlege og levedyktige lokalsamfunn. Gode kulturtilbod skapar ein positiv identitet og medverkar til at både fråflyttningskommunar og tettstadar vert meir etterspurde for busetjing og næringsutvikling*» (Hordaland fylkeskommunes, 2015)

Samarbeidsrådet for Sunnhordland er eit interkommunalt selskap eigd av kommunane Austevoll, Bømlo, Etne, Fitjar, Kvinnherad, Stord, Sveio og Tysnes. Føremålet med selskapet er interkommunalt samarbeid på generell basis med særleg vekt på alle typar tiltaksarbeid og utviklingsarbeid. Selskapet skal ta opp saker som kan fremja utviklinga av Sunnhordland. I rådet sin handlingsplan for 2016 vert kulturbasert næringsutvikling handsama som eige punkt. Det vert peika på at Sunnhordland har mykje å byggja på innan dei ulike kulturområda og at mange er komne svært langt innan sine greiner. Særleg vert litteratur, musikk, biletkunst, design, scenekunst, revy, film og idrett trekt fram. Vidare har dei tru på kultur som eit identitetsskapande lim i regionen, at det er viktig for å skapa arbeidsplassar særleg innanfor reiseliv, og at det vil ha synergieffektar innanfor anna næringsliv. For å stø opp om dette trekk dei fram verkemiddel som å auka samarbeid mellom regionale festivalarrangørar og å bruka festivalane og kulturarrangementa aktivt i arbeidet med omdømmebygging av regionen (Samarbeidsrådet for Sunnhordland, 2016).

Lysgård (2012) meina at teoriane om den kreative klasse har vore ei inspirasjonskjelde og fått brei tilslutning i offentleg planlegging og byutvikling. Han peikar at detta igjen er blitt linka til vekst i kulturindustriar og argument som at kreative personar vil redde byar og bidra til innovasjon, vekst og auka sysselsetjing når industrien sviktar. Dette heng saman med at kreative personar er opne, tolerante og kulturelle personar som har behov for, og er storforbrukarar av kultur. Bredda og omfanget av kulturtilbod vil derfor auka attraktiviteten samstundes som kultur og økonomi vil bli kombinert i ein slags konsumentkultur. Ein tenkjer seg då at kultur har sterke industrielle sider og at investering i kulturindustriar væra svaret på byutviklingsstrategiar i framtida. Han hevdar vidare at det er ein feilslutning i denne argumentasjonsrekka ved at kreativitet og kultur blir sett på som det same og vidare at kreativitet som kjernen i byutvikling vert sett på som det same som kulturindustriar sitt potensiale for å skapa vekst i byen. Problemet med dette er at det store og vanskelega spørsmålet om kva som skapar kreative miljø i byane vert redusert til spørsmålet om korleis ein kan skapa kreative byar ved hjelp av kreative industriar.

I denne masteroppgåva ynskjer eg å utforska dette tema med utgangspunkt i eigen kommune. Særleg er eg interessert i sjå på om kulturkvalitetar i ein rural tettstad kan trekkja til seg nye innbyggjarar. Som eg har vist til her er det eit tema som ikkje er eintydig framstilt i offentlege planar og dokument. Kultur kan vera så mykje og dei planar som tek til orde for at

kultur er eit viktig verkemiddel i høve busetjing, er ikkje eintydige og klare på kva kultursatsingar som vil ha effekt og kva som ikkje vil ha effekt.

Eg undersøker Kvinnherad. Det er ein distriktskommune på Vestlandet som er opptatt av folkevekst og næringsutvikling. Nasjonalt peikar trenden mot meir sentralisert busetjing. Det er derfor viktig å ha eit medvite forhold til korleis ein skal oppretthalda eller auka folketalet. Tema eg utforskar vil vera relevant for arbeid med planar i eigen kommune, særleg i utarbeiding av Kommuneplanen sin samfunnsdel og i utarbeiding av eventuelle kulturpolitiske planar. Vidare vil undersøkinga vere relevant for andre kommunar som ynskjer å bruka kultur som verkemiddel i utviklingsarbeidet sitt. Alt for ofte ser det ut til at satsing på kultur i utviklingsarbeid byggjer på synsing framfor kunnskap.

Telemarksforsking publiserte i 2012 eit notat der dei undersøker om ein kommune med mykje kultur har høgare netto innflytting enn ein kommune med lite kultur, når andre relevante faktorar er like? Dei konkluderte med at kommunar med mykje kultur ikkje er meir attraktive som bustad enn kommunar med lite kultur (Vareide & Kobro 2012) Det er ikkje min intensjonen å motstrida dette. Eg ynskjer heller å koma med eit tilskot som i større grad skil mellom ulike typar kultursatsingar og går i djupna på menneske sine motiv for å flytta til ein stad, og kultur sin rolle knytt til dette.

1.1 Problemdiskusjon/problemstilling

Med bakgrunn i drøftinga over ynskjer eg med denne oppgåva å setja søkjelys på kultur som politisk verkemiddel i arbeide med å trekka til seg nye innbyggjarar. Problemstillinga og forskingsspørsmåla tek utgangspunkt i at eg vil forstå kva rolle kultur spelar i folk sine motiv for å flytta til og bli buande i eit lite lokalsamfunn, kva sentrale utviklingsaktørar tenkjer om temaet, og kva samanheng dette har med gjeldande teoriar på feltet. Med dette som bakgrunnen har eg utarbeida ein hovudproblemstilling og 2 forskingsspørsmål som eg utforskar nærare.

«Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal»

For å nærma meg problemstillinga har eg laga følgjande forskingsspørsmål:

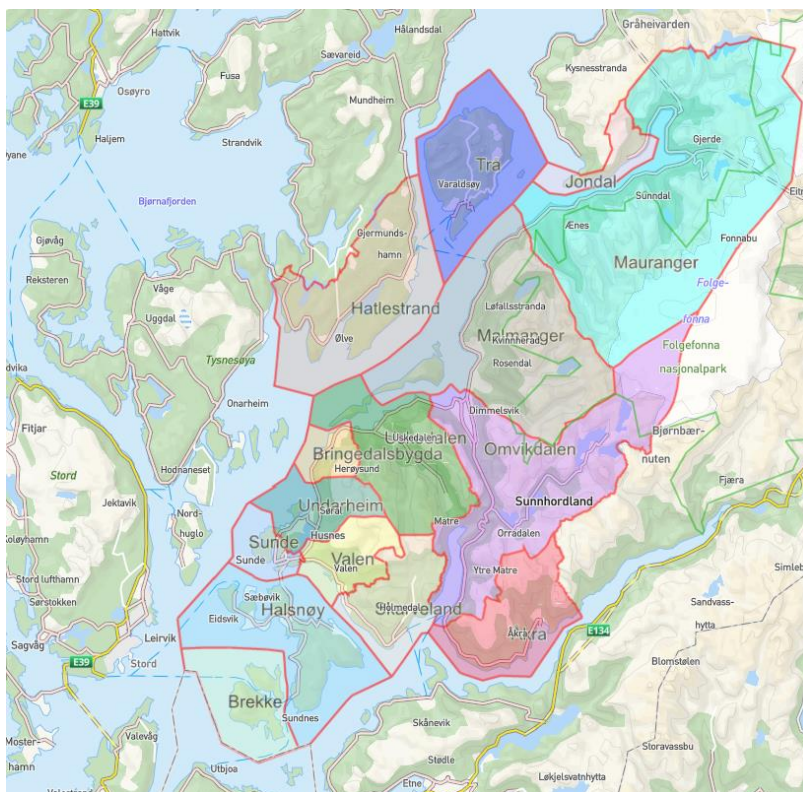
- Korleis nyttast kulturomgrepet og kulturstrategiar i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis vert potensialet i slike strategiar vurdert?

- Kva er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis er dette knytt til kultur som motiv for å flytta?

1.2 Kva gjer Rosendal interessant som case

Kvinnherad kommune ligg i Hordaland fylkeskommune og har eit innbyggjartal på 13.160 per januar 2018. Kommunen har ei negativ folketalsutvikling med ein nedgang på 74 personar sidan januar 2014 og 43 personar siste året. Tendensen er ein aldrande befolkning, som betyr at ein stadig større del av befolkninga er over 60 år. Dei kommande åra vil innbyggjarane i arbeidsfør alder minka, og det vert vanskeleg å demma opp for «eldrebølgja». I dei siste åra har det vore jamt lågare tilvekst av born i kommunen med fleire pensjonistar og færre barnehage- og skuleborn. Kommunen står derfor over ei utfordring med å trekkja til seg fleire innbyggjarar i arbeidsfør alder og barnefamiljar.

Kvinnherad kommune er høvesvis stor i utstrekking og strekk seg over eit areal på 1090,72 km². Det er svært mange bygde og lokalsamfunn, noko som kan illustrerast med dei 11 barneskulane med tilhøyrande lokalsamfunn som du finn i kommunen.



Bilde 1: Kart over Kvinnherad (henta frå Kommunekart)

Rosendal er Kommunesenter, medan Husnes er handels og skulesenter. Størstedelen av befolkninga i Kvinnherad er busett i området rundt Husnes. Rosendal ligg 2,7 mil frå Husnes

og har eit folketal på 1051 innbyggjarar. Sidan januar 2015 har bygda hatt ein nedgang i folketalet på 9 personar.

Kvinnherad kommune vedtok i Kommunedelplanen sin samfunnsdel å vidareutvikla ein senterstruktur i kommunen som m.a. byggjer på:

- Husnes som hovudsenter i kommunen med regionsenter for idrett og lokalisering av andre regionale funksjonar
- Rosendal som nasjonalt satsingsområde for reiseliv, kultur og natur

(Kvinnherad kommune, 1999)

Rosendal ligg vakkert til mellom fjord, fjell og fonn og er kjend for vakre omgjevnader.



Bilete 2: Oversiktsbilete over Rosendal (Foto: Karen Løvfall)

Bygda skil seg på mange måtar frå resten av kommunen med tanke på kulturtilbod. Midt i bygda finn du Baroniet Rosendal, eit lite slott frå 1665 som i 1678 vart oppheva til Lensbaroni. Baroniet Rosendal er i tillegg til å vere eit tradisjonelt museum ein omfattande kulturarrangør med eit rikt kulturprogram i perioden mai til september. I desse månadane kan du oppleve både poppmusikk, klassisk musikk, kunstutstillingar, historiske føredrag og teater

fleire gonger i løpet av veka. I tillegg vert den internasjonalt anerkjende Rosendal kammermusikkfestival med Leif Ove Andsnes som kunstnarisk leiar arrangert her. Ein kort spasertur frå Rosendal sentrum ligg Galleri Guddal i ein gammal restaurert låve. Her er det kunstutstillingar med anerkjende kunstnerarar gjennom heile sommarhalvåret. I Rosendal finn du fleire utestadar en t.d. Husnes som er regionsenter. Fleire av desse er kjent for å presentera levande musikk gjennom heila året. Bygda har kulturskuletilbof til born og unge, eit levande lags og organisasjonstilbod med idrettslag, ungdomsklubbtilbod og fleire aktive frivillige lag som m.a. arbeidar med å ta vare på og formidla bygda si kulturhistorie. I Rosendal har det gjennom tidene har vore stor aktivitet knytt til å arrangera musikkfestival, mat og kunstfestival, skutefest og ikkje minst Rosendal kammermusikkfestival. Ser ein bort frå sistnemnde er det frivillig og dugnadsbasert arbeid som ligg bak den store festivalaktiviteten. I samband med denne undersøkinga er Rosendal eit interessant case fordi det er ei forholdsvis lita bygd, utan særleg gode moglegheiter for å pendla til større arbeidsmarknader og her er eit rikt kulturliv som spenn frå profesjonelle kulturinstitusjonar til den kulturaktiviteten som er dugnadsbasert og føregår på grasrotnivå. Det gjer det mogleg å skilja mellom ulike typar kultursatsingar når eg skal sjå på i kva grad kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn. Vidare har eg gjennom kjennskap til bygda merka meg at dei over ein periode på fleire år har komma fleire nye tilflyttarar som har busett seg i Rosendal. Ein del av desse tilflyttarane har ikkje familiær tilknytning og har heller ikkje flytta her på grunn av arbeid. Desse observasjonane gjorde at eg ønska å undersøkjka om kultur verka inn på desse tilflyttarane sine flytteavgjerdsla.

1.3 Disposisjon

I kapittel 2 gjer eg greie for det teoretiske rammeverket som saman med problemstillinga dannar grunnlag for innsamling og analyse av empiri. Her presentera eg ulike forståingar og definisjonar av kulturomgrepet før eg går inn på teoriar om ulike kulturleia utviklingsstrategiar og koplar desse til kulturomgrepa og det potensialet dei har som verkemiddel for å auka tilflyttinga. Vidare går eg inn på flytteforskinga og kva den seier om flyttemotiv til rurale stader, før eg til slutt gjer greie for samanhengar mellom dei kulturleia utviklingsstrategiane og motiv som folk har for å flytta og trivast.

I kapittel 3 gjer eg greie for dei metodiske vala eg har tatt i denne undersøkinga. Eg syner og grunngeiv val av teoretisk tilnærming og forskingsdesign. Eg gjer greia for korleis eg har gjennomført undersøkinga før eg drøftar undersøkinga ut frå relabilitet, validitet og etiske omsyn.

I kapittel 4 presenterer eg det empiriske materialet og analysera dette fortløpande i lys av forskingsspørsmåla presentert i dette kapitlet, og det teoretiske rammeverket presentert i kapittel 2.

Til slutt i kapittel 5 presentera eg dei viktigaste forskingsfunna i denne undersøkinga sett i lys av problemstillinga.

2 Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet vil eg presentera det teoretiske rammeverket som eg meiner er relevant i vidare analyse for å svare på problemstillinga og forskingsspørsmåla. Fyrst går eg gjennom og syner ulike definisjonar av kulturomgrepet for så å knyta dette opp til teoriar om kulturleia utviklingsstrategiar. Vidare presenterar eg teoriar knytt til flytteforskinga og kva den seier om flytting til periferien. Til slutt drøftar eg samanhengen mellom dei kulturleia utviklingsstrategiane og det som flytteforskinga peikar på som viktige motiv for flytting til, og trivsel i distrikta.

2.1 Kulturomgrepet – ei klargjering

Forklaringa på det auka fokuset på kulturbasert by og stadsutvikling kan vi finna i ulike trendar der kultur og kulturindustriar vert løfta fram som alternativ til meir tradisjonell industri, kulturalisering av økonomien som ein ny kulturell økonomi og/eller auka konkurranse mellom byar og regionar på grunn av globaliseringa. Felles for desse strategiane er at kvaliteten og attraktiviteten til byen som ein kulturspfære og ein stad å opphalda seg, har fått fokus i urbane utviklingstrategiar (Lysgård 2015). Også små og meir rurale lokalsamfunn er påverka av desse trendane, og kulturleia utviklingsstrategiar blir derfor ein vesentleg og viktig del av den påfølgande analysen. Kultur er eit vidt omgrep og bruken av ordet er ofte både uklar og forvirrande. Når det vert teke til orde for å nytta kultur som verkemiddel i dei ulike kulturleia utviklingsstrategiane er det derfor naudsynt med klargjeringar og definisjonar av kva vi snakkar om.

Aggledal (2009) skil mellom 3 måtar å bruka kulturomgrepet på: «som sektor i samfunnet» forstått som kulturlivet, som «livsform» t.d. kystkultur eller bondekultur eller som «handlingskjema» forstått som idear, verdier, symbol og tankemønster. Ein annan måte å definera kulturomgrepet på er å skilja mellom eit beskrivande og eit verdiorientert kulturomgrep.

2.1.1 Det beskrivande kulturomgrepet

Det beskrivande kulturomgrepet er også kalla det breia eller det samfunnsvitskaplega kulturomgrepet og kan definerast som «de ideer, verdier, regler, normer, koder og symboler som eit menneske overtar frå den foregåande generasjon, og som man forsøker å bringe videre – oftest noe forandret – til den neste generasjonen» (Vestrheim, 1995).

Med eit slikt kulturomgrep er det meiningslaust å definera nokre former for kulturuttrykk som meir verdfulle enn andre. Vi må forstå ulike samfunn sine idear, normer og verdiar på samfunnet sine eigne premissar og omgrepet vert ofte nytta i same tydinga som sivilisasjon eller livsform (Mangset, 1992).

Innanfor fagtradisjonar i grenseland mellom samfunnsvitskap og humaniora vert det lagt vekt på at materielle gjenstandar også er ein del av kulture. Det er då det menneskeskapte (idemessige, verdimesseige og formmessige) ved materielle gjenstandar som kan gjera dei til kultur (Mangset & Hylland, 2017). Ut frå ei slik forståing blir bygningsmiljø og kulturlandskap, så vel som kystkultur og bondekultur ein del av kulturomgrepet.

2.1.2 Det verdiorienterte eller kvalitative kulturomgrepet

Det verdiorienterte kulturomgrepet legg til grunn at det vert gjort ei vurdering av kva som er fint eller stygt, godt eller dårleg.

«I det moderne samfunn blir kultur i denne meininga avgrensa til visse materielle eller immaterielle produkt og aktivitetar som vert plasserte innanfor eit område og gjorde til gjenstand for estetisk vurdering og politisk behandling. Det er eit slikt verdiorientert verdisyn som ligg til grunn for offentlig kulturpolitikk. Kulturpolitikken rettar seg då mot kulturaktivitetar definert som ein sektor» (Vestrheim, 1995, s. 28-29)

Tradisjonelt har det vore eit skilje mellom «finkultur» og «massekultur». «Finkulturen» representera høgverdige kulturelle ytringar som klassisk teater, kunst av Munch og den kristne kulturarv. Den vert produsert av profesjonelle kunstnarar og formidla gjennom kulturinstitusjonar som bibliotek, teater, museum, konserthus m.m. Massekulturen representerer på si side den folkelege kulturen med folkekomedie, finduskunst, triviallitteratur og andre kulturelle ytringar produsert og distribuert for dei store massane (Vestreim, 1995).

Anvendt i forvaltningssamanheng har kulturpolitikken særleg tatt utgangspunkt i dei såkalla tradisjonelle kulturaktivitetane som teater, biletkunst, klassiske konsertar, opera og kulturvern. Det er dette kulturomgrepet som låg til grunn i kulturpolitikken som vart førd i etterkrigstida. Fram til 1970-åra var ein opptatt av å spreia kultur til folket. Ein kulturell elite definerte kva som var god kultur og ideen var at denne kulturen hadde danningseffekt på folk. Det vart i denne tida satsa på å byggja institusjonar som riksteater og rikskonsertar slik at «finkulturen» skulle komma ut til folket. På 60-og 70- talet erkjende ein at denne politikken ikkje hadde hatt ynskja verknad. Kulturtilboda nådde ikkje fram til alle samfunnslag i folket slik tanken var.

Kulturpolitikken måtte derfor fornyast og gjekk no gjennom ein desentraliseringsperiode (Vestrheim, 1995).

2.1.3 Det utvida eller kulturpolitiske kulturomgrepet

Erkjenninga på 70-tallet av at dei tradisjonelle kulturaktivitetane, omfatta av det kvalitative kulturomgrepet, fyrst og fremst var ein sosial elite sin kultur førte til ein meir moderande og demokratisk tankegang om at kulturpolitikken måtte famna vidare. Kulturpolitikk burde famna om livet til folk flest, slik som det verkeleg vart levd (Vestrheim, 1995). Derfor kom innføringa av det utvida eller kulturpolitiske kulturomgrepet, som igjen er knytt til utviklinga av «den nye kulturpolitikken» på 70-talet.

Det utvida kulturomgrepet er inspirert av det beskrivande samfunnsvitskapelega kulturomgrepet og førde mellom anna med seg tanken om toleranse ovanfor annleis tenkjande, andre trusretningar, skikkar og førestillingar. Den kulturelle eigenaktiviteten vart satt i høgsetet. Kulturpolitikk skulle handla om aktivitetskvalitet, ikkje bare produktkvalitet. Kulturomgrep og kulturpolitikk måtte i tillegg til å omfatta fenomen som høgverdig teater, opera og museum, også handla om fritidsaktivitetar med tradisjonelt lågare status som foreiningsliv, amatørteater og idrett. Såleis avgrensar det utvida kulturomgrepet eit breiare kulturfelt som stønadsverdig innanfor kulturpolitikken en det kvalitative kulturomgrepet gjer (Mangset & Hylland, 2017).

2.2 Framveksten av kulturleia utviklingsstrategiar

Framveksten av kultur som verkemiddel i utviklingsstrategiar kjem av endringar i samfunnet. Lysgård (2012) syner til 3 endringsprosessar som kan hjelpe oss til å forstå bakgrunnen for fenomenet.

For det fyrste er byar i ferd med å endra karakter frå å vera base for industri og handel, til å bli senter for service og underhaldning. Det fører til gradvis aukande kulturalisering av produkt, i meininga at tradisjonelle industrielle produkt vert tillagt ein kulturell verdi, og produksjon av kultur. Menneska lev liva sine, definerer livsstilen sin og uttrykkjer identiteten sin gjennom val av produkt og servicetilbod. Byen vert i større grad ein arena for produksjon og konsumpsjon av kultur og kultur kan derfor sjåast som eit nøkkelkonsept i byutvikling.

For det andre har globaliseringa ført til framvekst av konkurranseorienterte strategiar. Regionale og lokale styre går frå å ha fokus på å administrera politiske oppgåver bestemt av sentrale politiske myndigheiter til ein situasjon der ein i større grad må ta ansvar for si eiga utvikling i konkurranse med andre byar og regionar. Utviklinga fører med seg ei endring i

byar og regionar sine målsetjingar og politiske aktivitet. Dei lokale sjølvstyra blir meir utviklingsorienterte, strategiske og får eit større fokus på entreprenørskap. Mange legg vekt på kultur og underhaldning som viktige konkurransefortrinn i kampen om turistar, nye innbyggjarar og høgkompetent arbeidskraft.

Den tredje endringsprosessen er linka til den andre og tar utgangspunkt i at arbeidslivet går gjennom store omveltingar. Vekst i arbeidsplassar i den vestlege verda skjer særleg i yrke som krev høg kompetanse og evne til kreativitet. Menneske som har slike jobbar er av forskaren Florida karakterisert som den kreative klasse. Dette er menneske som søker opne, multikulturelle og tolerante bymiljø. For byar og regionar betyr det at det er viktig kva arbeidsmuligheiter og kva kultur, i brei forstand, ein kan tilby den «kreative klasse». Byar må derfor gjera seg attraktive for den kreative klasse både med tanke på kva arbeidsmarknad ein kan tilby, men og med tanke på image knytt til å byen som kulturarena og levande bymiljø.

2.2.1 Den instrumentelle kulturpolitikken

I Noreg var 70-90 åra var tida for den instrumentelle kulturpolitikken. Dette skjer samstundes med trongare økonomiske kår og auka kritikk mot bruk av offentlege kroner. I denne perioden ser vi ei vriding mot at kultur skal ha nytteverdi utover sin eigenverdi. Kultur vert eit middel for å oppnå resultat på andre politikkområde som t.d. betre helse, meir integrering og hindra fråflytting (Vestrheim, 1995).

Frå 80-talet gjer dette seg utslag med at kulturpolitikken blir prega av økonomisk og marknadsstyrt tankegang. Det vert forventa at kulturen skal stå på egne bein og at offentleg investerte kulturkroner skal føra til økonomisk verdiskaping. I denne perioden vart det mellom anna forska på korleis kultur kan vera eit by og utviklingsinstrument. Omgrep som kulturnæringar, kreative næringar, kulturindustri, opplevingsnæring er bare nokre av omgrepa som vart nytta, og det blir snakka om bruk av kultur som sektor i regionale utviklingstrategiar, men og om kultur som egne næringar som står på egne bein. (Vestrheim, 1995). Dette er ein trend vi ser i heile vesten. Også i Norge er det ei massiv tru på at kultur kan spela ei stor rolle i økonomien, men og i arbeid med stadsutvikling generelt. Eksempel på dette finn vi i ulike offentlege dokument:

«Regjeringas målsetjing med distrikts og regionpolitikk er å gje folk fridom til å velje kvar dei vil bu, sikre levekår og ta ressursane i heile landet i bruk. Regjeringa legg til grunn at kultur er eit sentralt verkemiddel i arbeidet med stadutvikling og lokal samfunnsutvikling, busetnad og verdiskaping. Kultur medverkar til å nå måla i

distrikts og regionalpolitikken. Sektoren medverkar også til etablering av kompetansearbeidsplassar regionalt. Kulturnæringane og kulturbasert næringsutvikling er døme på område i politikken som kan fremje kreativitet og innovasjon i samfunnet» (Kulturdepartementet, 2010, s. 119)

Griffith (1995) identifiserer tre strategiar nytta av offentlege styre og urbane utviklingsbyrå i m.a. Europa, der kunst og kultur vert trekt fram som verktøy for urban fornying. Modellane reflekterer ulike politiske prioriteringar, ulike bruk av kulturomgrepet og ulike vektleggingar av det romlege.

Den fyrste modellen kallar han **Promoting civic identity**. Modellen legg vekt på kulturelle prosjekt og målsetjinga er å fornya offentleg sosialt liv, gjenoppliva ein følelse av borgarleg identitet og tilhøyra til byen, skapa ein meir inkluderande og demokratisk offentleg verden, og skapa forventningar om kva bylivet har å by på. Det er ein politisk venstreorientert modell og eit bredt antropologisk kultursyn ligg til grunn. I denne modellen blir kultur rekna som drivkrafta for meningsfull aktivitet som kjenneteiknar eit samfunn.

Den andre modellen gjer han namnet **Cultural industries**. Denne modellen set fokus på produksjon og spreiding av kulturelle produkt som ei viktig form for velferdsskaping og eit potensiale for framtidig vekst. Fokus er på kommersielle kulturelle industrier som audiovisuelle industrier, publisering og motedesign. Modellen legg til grunn ei vid forståing av kultur, der «massekulturen» vert like viktig som «finkulturen». Alle praksisar som fyrst og fremst jobbar med meningsuttrykk, anten det er gjennom ei etablert kunstform eller ikkje, kjem i denne modellen under kulturomgrepet.

Den siste modellen har fått namnet **City boosterism** og er blitt kalla ein konsumentmodell for å visa at den er mest opptatt av kunstkonsum som verktøy. Kultur kan trekkja til seg turistar, stimulera til forretningsinvesteringar ved å skapa betre livskvalitet for høgkompetent arbeidskraft og sikra profitt til fysiske fornyingsprosjekt ved å halda folk i byen etter arbeidstid, og produsera synergier mellom kontorbrukarar, butikkar, restaurantar og kulturelle fasilitetar. Som den fyrste modellen er denne typisk opptatt av eit romlig fokus på bysenteret, men i kontrast til dei to andre modellane uttrykkjer den eit heller snevert syn på kultur som «høgkultur».

Eg har her synt til korleis det kvalitative kulturomgrepet med fokus på «finkultur» og seinare det utvida kulturomgrepet med den utvida kulturpolitikken tradisjonelt har vore utgangspunkt for Norsk kulturpolitikk. Vidare ser vi korleis den utvida kulturpolitikken og ulike modellar

der kultur er nytta som verkemiddel for utvikling, også legg vekt på massekulturen med fokus på kommersielle kulturelle industrier.

I den vidare undersøkinga av korleis kultur er relevant å nytta som verkemiddel for å trekka til seg nye innbyggjarar er det viktig å vera klar på kva kulturomgrep som vert lagt til grunn. Ein eventuell effekt av å nytta kultur som verkemiddel vil vera avhengig av kva kulturomgrep ein nyttar. Alt etter kva kulturomgrepet rommar i dei kulturleia utviklingsstrategiane vil slike strategiar truleg peika på ulike verkemiddel, ulike effektar og ulike sektorar i samfunnet. I det vidare arbeidet med denne undersøkinga vil alle dei ulike definisjonane vere interessant å utforska nærare, men det er særleg det kvalitative kulturomgrepet og det utvida kulturomgrepet som er interessant då det er dette som tradisjonelt har fått merksemd i den tradisjonelle kulturpolitikken.

2.3 Kulturleia utviklingsstrategiar og deira potensiale

2 teoretiske perspektiv ligg til grunn for dei mange kulturleia utviklingsstrategiane som er implementert. Det fyrste handlar om at kultur og økonomi ser ut til å henga saman og har potensiale i seg til å skapa ein ny basis for økonomisk vekst og utvikling av byar. Det andre perspektivet legg vekt på korleis endringar i kunnskapsøkonomien framhevar kompetanse og kreativitet som ein basis for økonomisk utvikling, men også for utviklinga av attraktive byar og område (Lysgård, 2013)

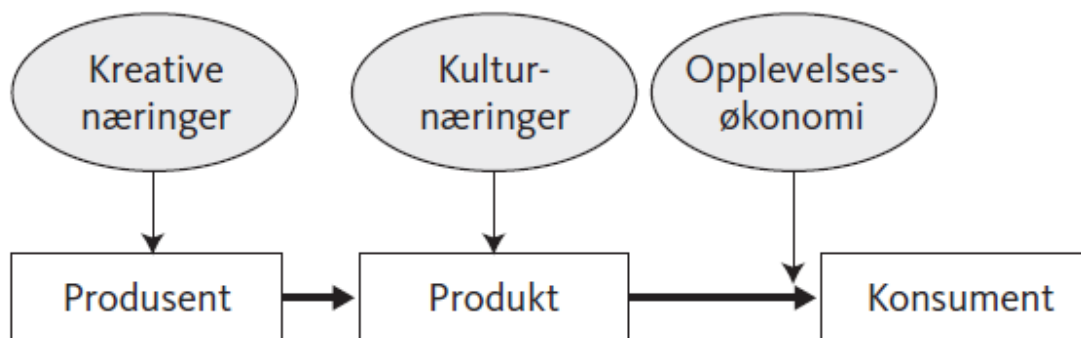
Horrigo (2011) syner til at kulturleia utviklingsstrategiar ikkje er ein spesifikk strategi og at dei mange namna på fenomenet gjer det vanskeleg å forstå kva kulturleia strategiar er, og kva politiske verkemiddel som kan takast i bruk for å oppnå ønska effektar. Ho meina at dei ulike strategiane litt forenkla kan delast inn i to undergrupper, der skilje går mellom kulturell produksjon som strategi og kulturell konsumpsjon som strategi.

2.3.1 Kulturell produksjon som strategi

Vekststrategiar som tek utgangspunkt i kulturell produksjon ser på jobb- og økonomisk vekst som eit direkte resultat av veksten i kulturnæringane. Strategiane byggjer på ei erkjenning av at det er eit stort økonomisk potensiale i kreative næringar som til dømes filmbransjen, spelbransjen og reklamebransjen. Strategiane som vert nytta har mykje til felles med andre næringspolitiske strategiar og handlar om å trekka til seg kreative næringar og skapa gode tilhøve for at dei kan etablera seg i regionen. Trua på at desse næringane har eit stort vekstpotensial tek utgangspunkt i at når befolkninga si inntekt aukar til over eit visst nivå, vil

menneska bruka høvesvis meir pengar på kulturelle produkt, enn dei nyttar på hus, bil og andre naudsynte gode (Horrigmo, 2011).

Forskinga syner at det er mange ulike omgrep som vert nytta for å beskriva dette fenomenet og at dei ulike omgrepa legg til grunn ulik forståing av kva dette handlar om. Røyseng (2011) hevdar at den norske forskinga særleg har konsentrert seg om dei 3 omgrepa opplevingsøkonomi, kreative næringer og kulturnæringer som alle tek utgangspunkt i at det føregår eit auka samvirke mellom kunst og kultur på den eine sida og næringsverksemd på den andre sida. Dei ulike omgrepa representera ulike inngangar for å fanga opp desse tendensane og det som skil dei er om det er produsenten, produktet eller konsumenten som står i fokus.



Figur 1: Røyseng (2011)

Tabellen over forklarar forholdet mellom dei ulike omgrepa og korleis dei på ulikt visfokusera på anten produsenten, produktet eller konsumenten.

Kreative næringer tek utgangspunkt i at kreativitet har eit særskild potensiale med tanke på næringsutvikling og definerer eit breitt spekter av kulturproduksjon, både tradisjonell «finkultur» og såkalla «underholdningskultur», som kreative næringer. Kreative næringer er tett knytt til Florida sine teoriar om at den økonomiske utviklinga er sterkast der kor den kreative klasse er, og at det derfor er viktig å trekkja til seg dei kreative næringane. Omgrepet tek utgangspunkt i produsenten og det kreative skaparsubjektet.

Kulturnæringer er næringer som lagar produkt der dei primære eigenskapane er kommunikative. Innfallsvinkelen for kulturnæringane er altså på produkta og kulturnæringane sitt bidrag til økonomisk verdiskaping kan sjåast på både som ein direkte og ein indirekte effekt. For det fyrste kan verksemda i kulturnæringane sjåast på som verdiskaping i seg sjølv og kan talfestast, for det andre fungera kulturnæringa som ein viktig innsats for annan

næringsutvikling, anten ved at desse næringane skapar attraktivitet som igjen bidrar til næringsutvikling, eller at kulturnæringane fungerer som modell for andre næringar

Ei slik forståing av fenomenet er i tråd med Østlandsforskning sin definisjon. I ei kartlegging av kulturnæringane i Norge nytta dei følgjande definisjon:

«Kulturelle produkter defineres i denne sammenheng som produkter hvis primære egenskaper er kommunikative, dvs. produkter som fremstilles for å kommunisere med/til publikum/kunder. Det at vi benytter næring har sammenheng med at vi fokuserer på kulturell produksjon i et næringsperspektiv, og studien i første rekke retter søkelyset mot private bedrifter som selger kulturelle produkter som varer på det private markedet» (Haraldsen & Flyging & Overvåg & Power, 2004, s. 18)

På bakgrunn av dette vart følgjande næringar inkludert i analysen: annonse og reklameverksemd, arkitektur, bøker, aviser og blader, design, film, foto og video, musikk, utøvande kunst, TV og radio, bibliotek og museum (Haraldsen m. fl., 2004).

Opplevingsøkonomi legg vekt på at produkt må tilførast noko ekstra som gjer at konsumentane opplev meir en dei ville gjort utan dette ekstra. Opplevingsøkonomi kan definerast som eit samleomgrep for menneske og bedrifter med ein kreativ haldning, som har til hovudoppgåva å skapa eller levera opplevingar. Produsentane sin kreativitet og opplevingane som vert skapt, er sentrale kjenneteikn ved denne industrien og det er konsumenten som er i fokus (Røyseng, 2011). Eit eksempel på slik politikk finn vi i St.meld nr. 22, der natur og kulturarv vert løfta fram som viktig for reiselivsnæringa. Her visast det til at kulturomgrepet i samband med reiselivsnæringa kan omfatta stadar sitt fysiske miljø, kunstnarisk utsmykking, arkitektur, kulturlandskap, ulike tradisjonar og særmerke. Dette vert rekna som vesentlege faktorar for eit samfunn si attraksjonskraft for turistar. Slik kan kulturminne og kulturmiljø tena som gode ramme for reiselivsaktivitetar (Kultur og kyrkjedepartementet, 2004-2005)

Uavhengig av kva omgrep ein vel meina Røyseng (2011) at det i botn ligg ein felles forståing av dei samfunnsmessige betydningane til desse næringane. Grovt sett kan desse delast i 3 punkt. For det fyrste har kulturnæringane eit verdiskapingspotensial gjennom at dei representera ein faktisk og potensiell bidragsytar til verdiskapinga gjennom eigen produksjon. For det andre kan kulturnæringane fungera som modell for andre næringar ved at andre kan læra av kulturnæringane. Ein tredje betydning for samfunnet handlar om at desse næringane har ei særskild rolle å spela når det gjeld utvikling av stadar. Tanken er at ein dynamisk

kultursektor, der kulturnæringar spelar ei viktig rolla, kan medverka til å auka ein stad sin attraktivitet ovanfor befolkning, næringsliv og tilreisande. Det vert også hevda at høg kunstnartetthet kan sjåast på som eit sikkert teikn på at ein er i eit attraktivt område og at denne gruppa har ein særskild evne til å identifisera stadar som etterkvart vil bli attraktive for større delar av befolkninga. Kunstnarar vert då rekna som ein type føretropp i utviklinga av stadar.

Horrigmo (2011) meina at politikk som rettar seg mot å skapa økonomisk vekst med utgangspunkt i produksjonsorienterte utviklingsstrategiar må nytta verkemiddlar som er ganske lik annan næringspolitikk. Det vil vera eit føremon at det finns andre liknande næringar i området og at det vert lagt til rette for næringsklynger i området. Vidare vil suksessfaktorar vera å klara å skapa tillitsband mellom bedrifter og ein godt fungerande arbeidsmarknad for kunnskapsarbeidarar og skapa rom for lokal kreativitet og innovasjon.

Eg vil hevda at dersom vi skal arbeida med å etablere Kreative næringar for å auka ein stad sin attraktivitet for nye innbyggjarar så må nytta av dette vurderast i eit vidare perspektiv enn dette. Verkemidla knytt til dei produksjonsorienterte utviklingsstrategiane vil vera særleg nyttige i samband med å trekkja til seg kulturnæringane med produktet i fokus. Legg vi Østlandsforskning sin definisjon til grunn dreiar dette seg hovudsakleg om produksjon av varer og tenester som skal distribuerast til ein marknad som ikkje er stadbunden, og det er vanskeleg å sjå korleis dette skal auka ein stad sin attraktivitet. På den andre sida vert kunstnartettleik framheva som særleg positivt i samband med utvikling av stadar og verkemidla knytt til dei produksjonsorienterte strategiane kan henda ha ein effekt i samband med å trekkja til seg denne yrkesgruppa.

Eg har i innleiinga mi synt til at Rosendal har kulturinstitusjonar som Baroniet Rosendal og Galleri Guddal med fokus på å skapa opplevingar for konsumenten. Det vil i den vidare undersøkinga vera interessant å sjå på om desse eller andre opplevingsorienterte næringar kan ha ein effekt som medverkande årsak til at nokon ynskjer å flytta til Rosendal. Det er såleis kulturnæringane si samfunnsmessige betydning knytt til utvikling av stadar som vil vera relevant å leggja vekt på i denne samanhengen. Derfor vil det vera opplevingsnæringane som set konsumenten i fokus, saman med dei kreative næringane som set produsenten i fokus som vert relevant i den vidare undersøkinga.

Når rasjonale for å satsa på kulturnæringar er knytt til å auka ein stad sin attraktivitet for turistar, nye innbyggjarar og næringar vil eg hevda at dei verkemidla Horrigmo (2011) set i

samanheng med dei konsumentorienterte strategiane vil vere vel så relevante som verkemidla knytt til dei produksjonsorienterte strategiane.

2.3.2 Konsumentorienterte strategiar

Vekststrategiar som tek utgangspunkt i kulturelt konsum ser på vekst som eit indirekte resultat av kulturtilbod, og har som utgangspunktet at kultursatsingar vil ha ein del effektar som at kultur kan trekka til seg turistar, arbeidskraft m.m.(Horrigmo, 2011).

Bille (2011) meina at kunst og kultur kan skapa økonomisk vekst gjennom effektar som kan delast i kortsiktige og langsiktige verknadar. Dei kortsiktige verknadane handlar om at satsing på kunst og kultur kan trekkja til seg turistar og fastbuande som brukar pengar på kultur, men og på relaterte varer og tenester som mat, drikka, overnatting og «shopping». Dersom personar kjem til ein stad på grunn av kulturtilbod, vil deira konsum utgjera ein samla auke i etterspørselen etter varer og tenester som kan relaterast til kulturtilbodet. Slik vil ein kulturinstitusjon eller eit kulturarrangement som drar turistar ha eit mykje større potensiale for å skapa økonomisk vekst, enn ein institusjon som fyst og fremst rettar seg mot lokale forbrukarar.

Langtidseffektane handlar hovudsakleg om at *«opplevingar kan tiltrekka seg nye innbyggjarar, selskap og investeringar. Desse indirekte økonomiske effektane vil komma frå opplevingar som innbyggjarar og turistar kan nytta godt av i regionen som til dømes kultur og sport»* (Bille, 2011, s. 12). I denne samanhengen har Richard Florida sine teoriar vore viktige for utviklinga av strategiar. Til trass for ein del kritikk for sine studiar kan det sjå ut til at hans teoriar om «kreativ klasse» har fått eit bredt fotfeste.

Florida (2003) presenterer eit nytt perspektiv på økonomisk vekst som vektlegg kreativitet. Samfunnet endrar seg og endringa skyldast at menneskeleg kreativitet vert rekna som den drivande krafta både i økonomien og elles i samfunnet. Anten det er på arbeid eller i andre livssfærar vert kreativitet, i tydinga evna til å skapa kreative ny former, verdset og dyrka sterkare enn før og er eit avgjerande konkuransfortrinn.

Sentralt i hans teoriar er påstanden om at arbeid kjem som følge av menneske i motsetning til at menneske følger arbeidsplassar. Han skil mellom «business climate» og «people climate», der «business climate» referera til tradisjonell produksjon og lokalisingsdynamikk for industrien med vekt på arbeid, kunnskapsresursar, kapital, infrastruktur og fysiske resursar og «people climate» som referera til spesifikke stadskvalitetar som lokkar og beheld

kunnskapsrike personar til spesielle stadar (Andersen, Bugge, Hansen, Isaksen & Raunio 2010A).

Tilgang til talentfulle og kreative menneske betyr for moderne verksemder, det som tilgang til kull og jern var for stålproduksjon. Det er avgjerande for kvar verksemder vel å slå seg ned og ekspandera. Derfor endrar det også måten byar og regionar må tenkja for å konkurrera.

Florida (2002) meiner at kreative menneske ikkje bare samlar seg der som arbeidsplassane finst, dei samlar seg dei stadane som fungera som senter for kreativitet og der dei kan tenkja seg å bu. Det er ikkje bare arbeidslivet som endrar seg. Måten vi lev liva våre er og i endring. Sterke samfunnsstrukturar som før gav meining i samfunnet er erstatta av svakare band. Vi flyttar meir enn før, og framfor enn å søkja nabolag med nære foreiningar og djupe forpliktingar søkjer vi til stadar der vi lett finn venner og kjente og kan leva kvasianonyme liv. Der som vi før fann tilhøyra i sosiale institusjonar og forma vår identitet i grupper, er det ein fundamental karakteristikk av samfunnet i dag at vi strevar etter å skapa vår eigen identitet. Det er ikkje lenger kven vi arbeidar for, kva tru vi har, nabolaget eller familie som formar identiteten vår. Vi formar vår eigen identitet gjennom kva vi konsumerer, nye former for fritid og rekreasjon og samfunnsengasjement. Det er gjennom denne identitetsskapinga vi søkjer fellesskap.

Behovet for kreativitet for å skapa økonomisk vekst har ført til det Florida (2003) kallar «The rise of the creative class» heretter kalla kreativ klasse. Ein kan dela den kreative klasse inn i to undergrupper. «The creative core» eller den kulturelle kjerne er dei mest kreative og vert kjenneteina av at dei i arbeidet sitt er med å skapa nye idear, ny teknologi og nytt kreativt innhald. Eksempel på den kreative kjerne er forskarar, arkitektar og designarar, ingeniørar, kunstnarar og folk som arbeidar i musikk og underhaldningsbransjen. «The creative professionals» eller dei kreative profesjonelle arbeidar med problemløysing som ofte krev eit høgt utdanningsnivå. Eksempel er selskaps -og finansleiarar, advokatar, legar og tilsette i teknologisektoren.

For å trekkja til seg den kreative klasse og få dei til å trivst og bli buande er det avgjerande at det finns ein miks av det Florida kallar dei 4 Tåne: teknologi, talent, toleranse og territoriale (stadsesifikke) kvalitetar. Teknologi handlar om at det er eit innslag av kunnskapsintensitet i næringslivet. Talent handlar om utdanningsnivået i befolkninga og til dels det folk arbeidar med. Toleranse handlar om korleis eller i kor stod grad folk kjenner seg velkomne som innflyttar eller tilbakeflyttar på ein stad. Dei territoriale kvalitetane er det som er spesifikt for staden, og som ikkje er lett for andre å kopiera. Dette kan vera både dei fysiske føresetnadane

som natur og byggverk, eller det kan handla om det psykososiale miljøet eller atmosfæren. Her kan ein stad sine kulturelle tilbod som underholdning, fritidssysler, uteliv, restaurantar og kulturtilbod spela ein rolle. (Hauge & Skålholt, 2009). Det er særleg dei teritoriale kvalitetane i Florida sine teoriar som rører ved den tradisjonelle kulturpolitikken og som vert via særleg merksemd når eg i undersøkinga skal sjå på i kva grad kultur er relevant for arbeid med tilflytting. Men det vil og vere viktig å sjå på i kva grad dei dei kulturpolitiske prioriteringane kan bidra til å skapa opne og tollerante samfunn.

Richard Florida sine teoriar har vore kritisert. Noko av kritikken handlar om at analysane tek utgangspunkt i store byar eller verdsmetropolar og ikkje utan vidare kan overførast til byar og regionar i til dømes Norge og Norden..

I studiar av korleis Florida sine teoriar passar inn i ein skandinavisk kontekst vert det hevda at «peoples climate» er viktig for den kreative klasse i Norden, men at det er sekundert i forhold til eit attraktivt arbeidsmarknad når flytteavgjersla skal tas. Vidare vert det hevda at det som appellera til den kreative klasse variera etter kva type regionar ein oppheld seg i og at kva ein verdset med tanke på «people climate» vert ulikt oppfatta på ulike stadar, mellom ulike delar av den kreative klasse og etter kva fase i livet ein er i. Hovudstadsregionane i Norden scorar høgast på Florida sine originale indikatorar for eit godt «people climate» som mangfald, toleranse, kulturtilbod og levande gateliv. Samstundes har desse regionane svært høge bustadprisar som trekk bornefamiliar mot utkanten av hovudstadsregionane. Det «People climate» ein finn i hovudstadsregionane syns fyrst og fremst til å appellera til dei unge utan born, samstundes som gode moglegheita for utdanning og jobbmarknad er viktig også for desse menneska. I regionbyar og semiperifere stadar er jobbmarknad og viktig, men dei kan ikkje konkurrera med hovudstadsregionane på kvalitetar som mangfald og kulturtilbod. Likevel kan desse stadane trekka til seg menneske på bakgrunn av kvalitetar som gjer livskvalitet. Regionbyar kan tilby både storby og småbykvalitetar, medan semiperifere regionar tilbyr kvalitetar som sosiale relasjonar og lokal identitet (Andersen m. fl., 201A)). Legg vi dette til grunn er det sosiale relasjonar og lokal identitet som må trekkjast fram som konkuransefortrinn i små bygder som Rosendal dersom ein skal melda seg på kampen om innbyggjarane.

Bille (2010) har undersøkt den kreative klasse i Skandinavia sine preferansar forkultur og fritidsaktivitetar. Ho stadfestar Florida sine teoriar om fritidsvanane til den kreative klasse samstundes som ho finn ny informasjon om fritidsvane til den kreative klasse og særleg det som handlar om ulikhetar hos den kreative kjerne og dei kreative profesjonelle. Den kreative

kjerne er aktive innanfor sport og helsefremjande aktivitetar, men også aktivt deltakande i skapande kulturaktivitetar som t.d. å spela eit instrument, song, kreativt arbeid innan kunst, handtverk, film og amatørteater. Dei er meir interessert i kunnskap, bibliotek og kulturhistorie enn andre. Dei er storforbrukarar av klassiske konsertar og teater og dei er meir opptekne av «finkultur» en det Florida legg vekt på i sine teoriar. Dei kreative profesjonelle er også storforbrukarar av museum og samtidskonsertar.

Legg vi dette til grunn betyr det at ein stad som ynskjer å trekkja til seg den kreative kjerne treng meir en bare grøne område til tur og sykkel, men og gode muligheiter for kreativ skaparglede innanfor ulike kunstformer. Den kreative klasse som utgjer ei breiare gruppa av befolkninga enn den kreative kjernen, ser ut til å vera meir trekt mot breie kulturaktivitetar i tillegg til kunstmuseum og kunstutstillingar. Dei deltar oftare i sport og helsebringande aktivitetar og det er grunn til å anta at dei er opptekne av gode sportsfasilitetar og muligheiter for rekreasjon. Vidare blir den kreative klasse trekt mot av interessante urbane miljø og kulturlandskap. Bille legg og vekt på at desse funna ikkje utan vidare betyr at den kreative klasse flyttar til dei stadane dei finn mest av dei fritidsaktivitetane som dei spør etter, det er ei rekkje andre faktorar en fritid og kultur som spelar inn når folk skal ta ei flytteavgjerd (Bille 2011).

Vi ser her at kultur vert gitt ein betydning i samband med å auka ein stad si attraksjonskraft og i arbeid med å trekka til seg nye innbyggjarar. Vidare er det utvida kulturomgrepet med den skapande og deltakande kulturaktiviteten og «finkulturen» viktig for den kreative klasse. For å finna svar på problemstillinga mi er Florida sine teoriar og særleg det som handlar om særskilde stadskvalitetar relevant å sjå nærare på.

Gjennom rapporten «Skaper kultur attraktive steder» undersøker Telemarksforsking med bakgrunn i mellom anna Florida sine teoriar om kultur skapa attraktive stadar. Dei analysera om nettoinnflytting til kommunar har samanheng med om det er mykje eller lite kultur på staden. Kulturindeksen utvikla av Telemarksforsking er nytta for å slå fast om ein region eller kommune har eit høgt eller eit lavt nivå av kultur. Indeksen har delt kulturområdet opp i følgjande 10 områder som vert registrert og målt. Kunstnarar, Scenekunst, museum, kulturarbeidarar, sentrale tildelingar, frivillig arbeid, DKS og kulturskule, kino, bibliotek og musikk. Resultata av undersøkingane syner at kulturnivået til ein region eller ein kommune ikkje har signifikant påverknad på nettoinnflyttinga. Vidare presiserer dei at det kan henda at kommunar med utflyttingsproblem i større grad enn andre satsar på kultur for å kompensera for lav bustadsattraktivitet og at det derfor vil bli meir kultur i kommunar med utflytting, noko

som vil slå ut på dei statistiske analysane på ein måte som gjer at dei positive samanhengane forsvinn. Dei meina at studien må følgjast opp av casestudiar og meir kvalitative tilnærmingar for å avdekka slike samanhengar (Vareide & Kobro, 2012). Slik eg tolkar Florida sine teoriar handlar territoriale eigenskapar om meir en mengda av kulturtilboda på ein stad. Like viktig vil det vere å finna ut om nokre av dei kulturtilboda eller kulturaktivitetane som finns på staden vil bidra til at plassen står fram som særleg spennande, autentisk, inkluderande eller har noko som ingen andre stadar har.

2.4 Flytteforskinga som motiv for flytting i rurale Noreg

Vi har til no sett på kva ulike kulturleia utviklingsstrategiar seier om kultur som verkemiddel for å auka tilflyttinga til ein stad. Eg vil i det følgjande gjera greie for kva flytteforskinga seier om tilflytting generelt og motiv for å flytta ut i distrikta spesielt.

2.4.1 Sentraliseringstendensar

Dei siste 100 åra har Noreg vore prega av at befolkninga flyttar i sentraliserande retning.

«Gjennom mesteparten av 1900-tallet skjedde det en sentralisering av befolkningen ved at folk i større grad flyttet fra land til by enn omvendt. Til enhver tid står personer i den yngste voksgenerasjonen for det meste av flyttingene. Fra man fullfører skolegangen i 15-20 års alderen og fram til man i 35-40-års alderen er etablert med arbeid, bolig og eventuell familie, gjennomføres de aller fleste av flyttingene som i sum bidrar til å sentralisere bosettingsmønsteret i Norge» (Sørliie 2003, s 20)

Sørliie (2003) syner til 2 måtar sentraliseringa skjer på, og som gjer den stadig meir irreversibel. Det fyrste er at flyttinga fører til at ein større del av befolkninga i kvart årskull og kvar generasjon vert sentralisert i tida frå dei er born til dei vert vaksne, dette påverkar igjen oppvekstmønsteret for neste generasjon. For kvar generasjon aukar talet på born som får eit urbant og byprega utgangspunkt for vala sine. Denne utviklinga fører med seg at sjølve røtene i befolkninga vert sentraliserte, noko som igjen verkar direkte inn på folk sine flytteavgjersle. Konsekvensen er at barnegenerasjonen er overrepresentert i sentrale strom og at det ikkje er tilstrekkeleg å dempa flyttestraumen frå land til by dersom ein skal oppretthalda befolkninga i distrikta. For å snu den sentraliserande trenden vil det vere naudsynt å snu flyttetrenden.

Sørliie (2003) trekk opp eit teoretisk rammeverk som kan hjelpa oss å forstå korleis flytteavgjersla vert forma. På vegen frå born til vaksen må menneska ta stilling til 3 sentrale spørsmål.

- Kva skal eg gjera i livet mitt?
- Kven skal eg gjera ting saman med?
- Kvar skal det skje?

Det fyrste spørsmålet handlar om utdanning, yrkesval og ting relatert til interesser og hobbyar. Slike faktorar og særleg utdanning kan verka flyttedrivande på mange. Dersom ein flyttar ut for å ta utdanning vert ofte bindingane til det lokale løyst opp og det sosiale nettverket vert erstatta med fagfeller og kollegaer. Dei 2 neste spørsmåla er i større grad tufta på omsyn som familiedanning, born og barndomsvenner, lokalkunnskap og sosiale band av andre typar. Faktorar knytt til røter som eigedom, arv, slekt og lokal kultur vil då spela ei viktig rolla. Mellom slike faktorar vil det ofte vera sterke bindingar som t.d. når næringsdrift er knytt til arva eigedom. Faktorar knytt til røter vil i mange tilfelle verka sterkt på bustadpreferansar og bindande koplingar mellom kva og kvarfaktorar vil ofte gje seg utslag i bufasthet

Busetjingspreferansar, ynskje og motiv vert forma kontinuerleg gjennom livsløpet. Så snart eit hovudspørsmål i prosessen er avklara, vert nye premissar lagt til. Slik kan preferansar, ynskje og motiv endra seg som følgje av avgjersle som vert tatt. Dersom avklaring på kor – spørsmålet kjem sein i kjeda av avgjersler vil det truleg medføra flytting. Det vil sei at dersom spørsmålet om kvar kjem etter at utdanning, yrke, samlivspartner, interesser og sosiale nettvert er utvikla og identitet skapt, blir svaret ofte tufta på premissar uavhengig av opphavleg stadkjensle. Motsett vil stadstilhøyra forma tidleg i livet leggja premissar for andre typar preferansar seinare. Sidan 1970 er det stadig blitt vanlegare å reisa ut til byar og sentrale strok for å ta utdanning, også for kvinner. Dette fører til at familie og born ofte vert utsett til etter ein har fått jobb og spørsmålet om kvar ein skal bu vert for stadig fleire avgjort på bakgrunn av utdanning og yrke. Resultatet er at fleire og fleire vel å busetja seg i sentrale strok.

2.4.2 Utløysande og potensielle faktorar for flytteavgjersla

Moglegheit for eit meiningsfylt og relevant arbeid er ein grunnleggjande faktor for flytteavgjersla. Særleg for dei som ynskjer å få avklart spørsmålet om kva dei vil gjera som fyrste ledd i det å bli vaksen. Eit lokalsamfunn som ikkje kan tilby arbeid til ein slik person har ikkje mykje å stilla opp med i kampen om innbyggjarane. Å lokka med andre stadskvalitetar vil vera lite meiningsfullt. Det betyr ikkje at arbeid stadig må verta viktigare og vektleggjast meir i arbeidet med å auka tilflyttinga. Ein må vera merksam på at arbeid sjeldan og aldri aleine vil stå som den utslagsgjevande faktoren for val av bustad. I tider med god

tilgang på arbeidsplassar vil det vera større valfridom med tanke på kvar ein kan få arbeid. Det vil redusera tilgjenge på jobb som motiv for flytteavgjersla, og andre motiv vil bli vekta tyngre. Vi kan skilja mellom utslagsgjevande og potensielle flyttefaktorar. Som oftast er det bare ein faktor som til sjuande og sist er utslagsgjevande for flytteavgjersla. Ofte vil det vera muligheit for jobb. I tillegg kan det vera at ein også fekk barnehageplass, tilgang til ein attraktiv bustad eller at ein likte staden spesielt godt, som førde til den endelege avgjerdsla. Desse tilleggsfaktorane fungera som potensielle støttfaktorar, dei er nødvendige men ikkje tilstrekkelege premisser for avgjerdsla. Stor valfridom på arbeidsmarknaden fører til at andre motiv i større grad kan leggjast vekt på. Likevel er det slik at under høgkonjunktur er det fleire som flyttar enn elles, og intensiteten av sentraliseringa er også sterkare enn elles. Dette kan tyda på at det er dei andre faktorane som i sum har betydning som bustadval med sentraliserande verknad. (Sørli, 2003)

2.4.3 Flytte og bumotiv i distrikta

Bu og flyttemotivundersøkinga frå 2008 syner at i byane er det arbeidsmotivet som står sterkast som flyttemotiv, medan bustadmotivet står sterkast i omlandet rundt byen, der moglegheitene for pendling er gode. Stads og miljømotiva har ein svakare regional profil enn dei andre motiva. Forklaring kan vere at her finn ein motiv av svært ulik karakter. Motiva som er relatert til tilgjenge og avstand er viktige for dei som flyttar i sentraliserande retning, medan nærmiljømotiv har ein svakt desentraliserande profil og spørsmål om tilhøyra ein sterkt desentraliserande profil. Vidare har familiemotiva er sterkt regional profil (Aure & Langset & Sørli, 2011)

Vi kan dela stads og miljømotiv knytt til flytting inn i 5 grupper.

1. Tilgjenge til ulike typa gode
2. Kommunikasjonar, avstandar og reisetider
3. Fysiske nærmiljø med vekt på busetnad og strøk, god tilgang på frisk luft, lite støy, godt klima og trafikktryggleik
4. Sosialt nærmiljø knytt til nettverk, naboskap og aksept
5. Stadstilhøyre i form av eigedom, opplevingar, naturpreferansar og stadsidentitet

Dei faktorane som i størst grad vert vekta i distrikta høyrer til i gruppe 5 og stadskjensle og identitet vert respondert sterkt på. I tillegg vert det sosiale nærmiljøet vekta litt sterkare som motiv for å bu i distrikta enn i andre typar område. (Sørli, 2009, s. 10-12).

2.5 Relasjonen mellom kulturbasert utvikling og flyttemotiv og livskvalitet i Norske bygdesamfunn

Flytteforskinga syner oss at motiva som veg tungt for dei som flyttar og vert buande i rurale strøk, i tillegg til arbeidsmotiv, er tett knytt til tilhøyra, identitet og nærmiljø. (Sørli 2003, 2009, Aure & Langset & Sørli, 2011) Forskinga på Kulturleia utviklingsstrategiar peikar på at kultur og fritidsaktivitetar er relevante satsingar i arbeidet med å auka tilflyttinga (Bille 2011, Florida 2002 og 2003, Andersen et al 2010)

Lysgård (2015) syner til korleis forskinga til no har sett på kulturen si rolla i rural utviklingspolitikk hovudsakleg ved å fokusera på kunst og kunsthandverk, kulturfestivalar, og betydninga av symbolske, kulturelle og kreative økonomiar. Delar av denne forskinga set fokus på dei rådande forholda og betydninga av kreative og kulturelle industrier som ein alternativ lokal industripolitikk. Andre delar fokuserer på auka kommersialisering på rurale stader og i forlenginga av dette den lengre diskusjonen om attraktiviteten og konkurransevna på desse stadane. Hovudfokuset i denne forskinga har vore på økonomisk bærekraft i kreativ og kulturell produksjon og konsum. Mindre fokus er via den breiare forståinga av kulturpolitikk på rurale stader og små byar, særleg den type kulturpolitikk som tar opp i seg kulturell identitet, sosial tilhøyra, deltaking i lokalsamfunnet, læring og generell velvære i tillegg til kreative og kulturelle næringar. Rurale område har lang tradisjon for å bruka pengar på kultur og mange stader lika mykje og meir enn i byane. Hans konklusjon er at medan det i store byar vert fokusert på konsumbasert kultur med tilskodaren i fokus, har dei i rurale lokalsamfunn eit større fokus på kultur som arena for deltaking og mobilisering der sosiale og demokratiske dimensjonar er i fokus og vert prioritert. Vidare argumentera han for at dei ulike kulturleia utviklingsstrategiane må vurderast opp mot konteksten der dei oppstår. Dersom kulturpolitikken i små byar og rurale lokalsamfunn er basert på andre rasjonale og grunngevingar en i dei store byane er det naudsynt å sjå på korleis dei kulturleia strategiane, med opphav i meir urbane case, er relevante for rurale lokalsamfunn.

Set vi resultatata frå flytteforskinga opp mot forskinga på kulturleia utviklingstrategiar i Norden og rurale strøk er det nærliggjande å peika på samanhengen mellom kultur og spørsmål knytt til miljø og spørja om korleis kultur kan bidra til å skapa stadsidentitet, kjensla av tilhøyra og gode nærmiljø.

Kommunane si kulturpolitiske rolla vart særleg styrka og tydeleggjort ved innføring av det utvida kulturomgrepet og den utvida kulturpolitikken på 70-tallet. Før dette var den

kommunale kulturpolitikken særleg prega av kino og folkebibliotek. Elles har kommunale kulturpolitikk i særleg grad handla om sosiokulturelle kulturoppgåver som frivillig arbeid, amatøraktivitetar og organisasjonsliv innanfor idrett, ungdomsarbeid, kulturvern, musikk m.m. saman med bygging og drift av lokale kulturbygg eller samfunnshus. Det er få kommunar som engasjera seg tungt i profesjonelt kulturarbeid og stør eller driftar større kulturinstitusjonar med nasjonal eller internasjonal profil (Hylland & Mangset, 2017)

Lysgård (2015), syner til at sjølv om små byar og rurale stader ser ut til å vera inspirert av ideen om kulturleia utviklingsstrategiar som kulturindustriar, stadsmarknadsføring og spektakulære opplevingar ser det likevel ut som kulturpolitikken på rurale småstader er meir influert av arv, tradisjon, samfunnspraksis og sosial kapital, basert på ideen om deltaking, mobilisering og sosial samanheng. Dette talar for at det på rurale småstader kanskje vil vera meir fornuftig å satsa på ein kulturpolitikk som fokusera på samfunnsbygging, sosial deltaking, lokal identitet og demokrati. Flytteforskinga peikar på at nærmiljø, tilhøyra, stadskjensla og identitet er viktig for dei som flyttar til og vert buande i distrikta (Sørлие 2009) og politikken som Lysgård (2015) tek til orde for her synst derfor å vera fornuftig med tanke på å auka tilflyttinga og halda på dei som kjem flyttande i rurale strom. Ei slik satsing er nært knytt til den kulturpolitikken som kommunane tradisjonelt er oppteken av med frivillig og dugnadsbasert aktivitet.

Festervoll (1994) peikar på at kulturaktivitetar og kulturtiltak med sitt utspring i frivillig arbeid er blitt viktig som møtestadar for felles aktivitetar, sosialt samvær og informasjonsutveksling. Gjennom kulturarrangement kan ein stad visa positive kvalitetar og arrangementa kan verka samlande og byggja opp om ein felles lokal identitet. Avgjerande for eit slikt aktivt kulturliv er at ein har ein stad å vera, eigna lokale og uteareal er derfor heilt naudsynt (Festervoll, 1994). Vidare syner Aggedal (2009) i si analyse av lokalt kulturliv i endring til dei to dimensjonane «lokalt kulturliv i rom» og «lokalt kulturliv i tid». «Lokalt kulturliv i rom» handlar om at lokaliseringa av kulturliv er med på å bestemma eit kulturarrangement si meining, samstundes som kulturlivet sine arrangement og praksisformer er med på å stadfesta, utfordra eller nyskapa ein stad si meining. «*Staden gjev kulturlivet meining, og kulturlivet skaper og gjenskaper stader*». «Lokalt kulturliv i tid» viser til korleis kulturlivet kan tolka og reformulera ein stad si historie.

Kulturarv og kulturlandskap har ofte blitt fremja som ein viktig ressurs i samanheng med kulturleia utviklingsstrategiar. Bille (2011) peikar på at dette er viktig for den kreative klasse i Skandinavia. Også i norsk kulturpolitikk har det blitt hevda at det er ein samanheng mellom

levande lokalsamfunn, aktivt landbruk og reindrift, og tilgang til fellesgode som kulturarv, kultur- og naturlandskap og kulturminner. Dette er viktig for å føra vidare kunnskap og setja varer og tenester basert på kulturarv inn i ein historisk og geografisk samanheng og at det genuine kan gje varer og tenester ein ekstraverdi som gjer dei etterspurte i marknaden. Vidare vert det peika på at både reiselivet, friluftslivet og lokalsamfunna er avhengige av at landbrukets kulturlandskap vert teke vare på (Miljøverndepartementet, 2002)

Den eksisterande kommunale kulturpolitikken er tett knytt til det som Vestreim (1995) skildrar som Folkekulturen som oppstår i ein fellesskap der deltakarane møtes på like vilkår. Folkekulturen uttrykkjer felles erfaringar, står i forhold til ein tradisjon, men kan og vera nyskapande. Aktivitetane er lokalt forankra og utøvarane er amatørar. Organiseringa er lite byråkratisk og deltakarane styrer sjølve aktivitetane.

I lys av flytteforskinga og teoriane om kulturleia utviklingsstrategiar ynskjer eg å sjå nærare på i kva grad kultur kan bidra til å auka Rosendal sin attraktivitet som destinasjon å flytta til, og i forlenginga av dette sjå nærare på om det er som Lysgård peikar på kunst og kunsthåndverk, kulturfestivalar, og betydninga av symbolske, kulturelle og kreative økonomiar som vert lagt vekt på eller om det er sosiokulturelle kulturoppgåver som frivillig arbeid, amatøraktivitetar og organisasjonsliv innanfor idrett, ungdomsarbeid, kulturvern, musikk m.m. som den kommunale kulturforvaltninga tradisjonelt verdset og rettar sin innsats mot som er relevant i ein slik samanheng.

3 Metode og data

I dette kapitlet syner eg korleis eg har valt å gå fram for å svara på problemstillinga. Eg gjer fyrst greie for teoretisk tilnærming og oppbygging av problemstilling. Deretter gjer eg greie for undersøkinga sitt design med særleg vekt på avgrensing, det opne individuelle intervjuet og strategisk utval. Vidare syner eg korleis eg har gjennomført undersøkinga og den analytiske tilnærminga eg har teke til innsamla empiri. Til slutt vurderer eg oppgåva knytt til etiske problemstillingar, reliabilitet og validitet.

3.1 Val av tilnærming

Studien tek utgangspunkt i det kvalitative undersøkingssopplegget. Jacobsen (2015) beskriv det som ein studie av få einingar der data vert samla inn som ord. Den kvalitative metoden eignar seg ofte til å avklare eit uavklart tema nærare og til å få fram ein nyansert omtale av tema, medan ei kvantitativ tilnærming er best eigna når ein har god førehandskunnskap til tema og problemstillinga er relativt klar.

Å oppnå forståing for sosiale fenomen er ei viktig målsetjing, og fortolking er derfor ein vesentleg del av den kvalitative tilnærminga. Fortolkande teoretiske retningar utgjer eit viktig grunnlag for kvalitative metodar. Fortolkingane som forskaren føretar kan anten knytast til det forskaren sitt teoretiske utgangspunkt, eller at det er tendensane i datamaterialet som danner grunnlaget for den forståelsen forskaren utviklar i løpet av prosessen. Den vitskapelege forankringa har betydning for kva forskaren søkjer av informasjon og danner grunnlag for den forståelsen som vert utvikla (Thagaard, 2013).

Det fenomenologiske vitskapssynet tek utgangspunkt i den subjektive opplevinga, og søkjer å forstå den djupare meininga i personar sine opplevingar. Det er viktig at forskaren er open for erfaringane til personane som vert studert. Retninga legg vekt på å forstå fenomenet på grunnlag av perspektiva til dei personane som vert studert og beskriva omverden slik dei erfarer den. Dei felles erfaringane som deltakarane har, gjer oss eit grunnlag for å forstå det fenomenet som vi studerer (Thagaard, 2013). For å finna fram til svar på problemstillinga mi «Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfellet Rosendal» har eg valt å snakka med menneske som på ulikt vis og frå ulik vinkling har erfaring knytt opp til det som eg ynskjer å undersøkje. Det er deira tolking av verkelegheita som vidare danner grunnlag for den forståinga som eg utviklar gjennom dette prosjektet. Val av tilnærming er derfor eit fenomenologisk vitskapssyn.

3.1.1 Utarbeiding av problemstilling

Jacobsen (2015) skil mellom beskrivande og forklarande/kausale problemstillingar. Vel ein den beskrivande er ynskje fyrst og fremst å beskriva dagens situasjon, medan den forklarande eller kausale ofte har til hensikt å måla kva verknader eller effektar eit tiltak har. Vidare skil han mellom eksplorerande problemstillingar som har til hensikt å utdjupa det vi veit lite om og testande problemstillingar der ynskje er å undersøkje rekkevidda eller omfanget av eit fenomen.

I Rosendal eller Kvinnherad er det ikkje gjort målretta satsingar på å nytta kultur som strategisk verkemiddel for å auka tilflyttinga. Det føreligg av den grunn lite og ingen dokumentasjon på dette for case mitt. Det vil derfor ha liten hensikt å utvikla ein forklarande eller kausal problemstilling der ynskje om å finna ein samanheng mellom årsak og verknad er i fokus. Det har vore min intensjon å skaffa meg kunnskap og beskriva dagens situasjon, og sjå denne i samanheng med teori om tema. Eg har derfor valt å utvikla ein beskrivande, eksplorerande problemstilling. I problemstillinga vert det overordna tema for oppgåva presentert.

«Korleis kan kultur vera eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal»

For å nærma meg problemstillinga har eg laga følgjande underproblemstillingar:

- Korleis nyttast kulturomgrepet og kulturstrategiar i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis vert potensialet i slike strategiar vurdert?
- Kva er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis er dette knytt til kultur som motiv for å flytta?

Problemstillinga bør konkretisera kva som skal undersøkast samstundes som den bør vera fleksibel slik at prosjektet kan utvikla seg i ein uventa retning. Derfor er det viktig å arbeida med problemstillinga under heile prosessen og vidareutvikla den i samsvar med den forståinga forskaren utviklar under feltarbeid og analyse (Thagaard, 2013). Dette speglar måten eg har arbeida med problemstillinga mi. Den er blitt endra undervegs. Tema og forskingsspørsmåla er mykje dei same men eg har særleg arbeida med språket og vinklinga i spørsmåla slik at dei skal ta opp i seg det som eg meina er viktig og relevant å få med i undersøkinga.

3.2 Presentasjon av forskingsdesign

I fyrste fase av eit forskingsprosjekt må ein leggja ein plan, med utgangspunkt i problemstillinga, for korleis arbeidet kan leggest opp. Viktige spørsmål vert då kva undersøkinga skal fokusera på, kven som er aktuelle deltakarar, kvar undersøkinga skal utførast og korleis den skal utførast (Thagaard, 2013) Eg vil i det følgjande presentera og grunngje dei vala som eg har tatt i samband med denne undersøkinga. Fyrst vil eg gå inn på val av design der eg fokusera på casestudie, deretter presentera eg korleis eg har gått fram for å finna fram til aktuelle deltakarar og gjera eit utval, før eg kjem inn på val av metode og det opna individuelle intervjuet.

3.2.1 Avgrensing av data: Casestudie

«Felles for alle de definisjonar som gis av hva en case er, er at de vektlegger at det er en inngående studie av en eller noen få undersøkelsesenheter» (Jacobsen 2015, s 97).

I samband med det tema eg ynskjer å undersøka er det føretatt lite undersøkingar på små rurale lokalsamfunn. I denne undersøkinga ynskjer eg å analysera om, og eventuelt på kva måte teoretiske konsept eller forklaringar passar til konteksten som case er i. Det er då viktig å sjå på korleis fortolkingar til ulike aktørar i Rosendal passar med teoriar om kultur som drivkraft i arbeid med utvikling og tilflytting. Dette er i tråd med Jacobsen 2015 si framstilling av eit enkeltcase:

«En enkeltcase-studie er at en forsker går dypt inn i en situasjon, en organisasjon eller noe annet som er klart avgrenset i tid og rom. En slik tilnærming gir for det første en god innsikt i et sted eller en hendelse. Gjennom avgrensing av studien i tid og rom kan man få frem en «virklighetsnær» beskrivelse. Casestudie er godt egnet til å gi tykke beskrivelser, det vil si detaljerte beskrivelser av virkligheten. Sentralt her står muligheten casestudier gir for å forstå samspillet mellom aktører og kontekst»
(Jacobsen, 2015, s. 99)

I studien av korleis kultur kan nyttast som politisk verkemiddel kan det vera naturleg å tenkja på ein kommune som eit case, sidan det er kommunegrensene som utgjer den geografiske avgrensinga for lokalpolitikken. Dette vart vurdert og min konklusjon var at den aktuelle kommunen består av svært mange lokalsamfunn som skil seg frå kvarandre. Ved å velja heile kommunen som case ville undersøkinga fått meir karakter av å undersøkja ein region, framfor eit lokalsamfunn. I denne vurderinga stør eg meg på Hordaland fylkeskommune si utpeiking av regionsenter i Fylkeskommen. Der andre regionsenter er peika ut for å stø opp om regionale

funksjonar for fleire kommunar innanfor ei geografisk avgrensing, er Husnes peika ut som regionsenter for innbyggjarane i Kvinnherad. Tilgrensande kommunar høyrer til andre regionsenter (Hordland fylkeskommune, 2015). På denne bakgrunnen har eg valt ut bygda Rosendal som case.

Eg vel Rosendal som case fordi det er mi vurdering at det er den staden i Kvinnherad med breiast representasjon av tilbod på kulturfeltet. Eg tenkjer då på eit aktivt frivillig lagsliv, mykje kulturhistorie kombinert med godt tilbod av profesjonelle kulturtilbod, særleg musikk og kunst. Det er mi vurdering at Rosendal på denne bakgrunnen vil vera godt eigna til å sjå den kunnskapen eg tileignar meg i samanheng med teoriar om same tema.

3.2.2 Det opne individuelle intervjuet.

Ein del av planen for undersøkinga er å ta stilling til kva metodiske tilnærmingar ein skal velja og kva metodar som er relevante for problemstillinga (Thagaard, 2013, s. 58). Data til undersøkinga er henta inn ved hjelp av kvalitative djupneintervju. For å svara på forskingsspørsmåla var det naudsynt at eg skaffa seg djupnekunnskap både frå sentrale utviklingsaktørar og frå folk som hadde tatt eit val om å flytta til Rosendal.

Eg var interessert i å få innsikt i korleis politikktutformarar og utviklingsaktørar såg på muligheita for å nytta kultur som verkemiddel for å auka tilflyttinga, samstundes som eg ynskte å få innsikt i om, og på kva måte kultur var viktig for tilflyttarar når flytteavgjerdsla skal tas, og korleis det verka inn på trivsel og bufasthet etter avgjerdsla vart tatt. Intensjon min var ikkje og undersøkje om kultur virka, men å identifisera korleis ein kan nytta kultur som verkemiddel i det totala arbeidet med tilflytting.

Intervju er ein metode som er særleg eigna når ein ynskjer informasjon om korleis dei som vert intervjuja forstår seg sjølv og omgjevnadane sine (Taagård 2013 s. 58) For å få tak i informasjon som kunne hjelpe meg å svara på problemstillinga var det viktig for meg å snakka inngåande om tema med menneske eg antok kunne gje meg informasjon både ut frå egne opplevingar og erfaringar og ut frå lokal kunnskap om tilflytting og kulturarbeid. Eg valde derfor Det opne individuelle intervjuet som eignar seg særleg i dei høve når relativt få einingar vert undersøkt, når vi er interessert i kva det enkelte individ seier og korleis den enkelte fortolkar og legg mening i eit spesielt fenomen (jmf.. Jacobsen 2015 s. 147)

3.2.3 Strategisk utval

Kvalitative undersøkingar byggjer på strategisk utval. Det vil sei at vi vel deltakarar som har eigenskapar eller kvalifikasjonar som er strategiske i forhold til problemstillinga, eller dei teoretiske perspektiva som undersøkinga byggjer på (Thagaard, 2013).

Jacobsen (2015) skil mellom respondentar og informantar. Respondentar er personar som har direkte kjennskap til eit fenomen, anten ved at dei har deltatt i ei hending, mottatt ein spesiell teneste eller er medlem av ei spesiell gruppa. Informantar er personar som ikkje sjølv representerer gruppa som vert undersøkt men som har god kunnskap om gruppa eller fenomenet.

Eg har intervjuja både respondentar og informantar. Informantane i undersøkinga mi er menneske som har flytta til Rosendal. 9 av dei gjennomførte intervjuja er føretatt med tilflyttarar. Flytteavgjerdsla er noko som gifte og sambuande tek i fellesskap og dei tilfelle det var aktuelt, er intervjuja føretatt med tilflyttarane saman. Dei 9 intervjuja inneheld derfor informasjon frå 14 ulike respondentar. Eg vurderte det som viktig at dei som vart intervjuja hadde budd i Rosendal ei viss tid, slik at det var mogleg å snakka om både trivsel og bufasthet. Samstundes var det viktig at det ikkje var alt for lenge sidan flytteavgjerdsla vart tatt. Eg ynskte å sikra meg at respondentane hadde dette forholdsvis frisk i minnet. Arbeidet med å finna respondentar vart derfor konsentrert om tilflyttarar som hadde budd i Rosendal i minst 4 år og helst ikkje lenger en 10 år. I få tilfelle har eg fått tips om personar som fell utanfor denne tidfestinga. Eg har då vurdert at dei er så pass interessante som respondentar og at det var viktigare en kor lenge dei har budd i bygda. For å få empiri som kunne gje meg informasjon om ulike grupper av tilflyttarar har eg nytta meg av nokre kategoriar i arbeidet med val av respondentar.

I dei tilfelle strategien for utval kan knytast til utvikling av teori eller styrast av relevant teori er det snakk om eit teoretisk utval. Utvalet bidreg då til å utforska etablert teori eller til å utvikla nye omgrep og perspektiv (Thagaard, 2013). Det strategiske utvalet i denne undersøkinga byggjer på desse prinsippa.

Eg har i kapittel 2 vist til korleis dei kulturleia utviklingsstrategiane i stor grad byggjer på Florida(2002, 2003) sine teoriar om den kreative klasse og korleis desse menneska vert delt inn i den kreative kjerne og dei kreative profesjonelle. Mykje av forskinga som dannar grunnlag for undersøkinga mi byggjer på den kreative klasse. Eg var interessert i å utforska korleis dette var i rurale lokalsamfunn. Teoriar om den kreative klasse har derfor vore førande

for utval av respondentar. Dei innehar alle arbeid som gjer at dei er del av den kreative klasse. Rosendal er ei lita bygd og det er ikkje svært mange som kjem flyttande kvart år. Det fører igjen til at det ikkje er veldig mange å velja mellom når ein skal gjera eit utval. Det var ikkje grunnlag for å gjera medvitne skilje mellom dei som høyrer til den kreative kjernen og dei som høyrer til dei kreative profesjonelle.

Orderud og Onsanger (1998), deler innflyttarar inn i dei 2 hovudgruppene nye innflyttarar og tilbakeflyttarar. Vidare vert nye innflyttarar delt inn jobbkariereinnflyttarar, eventyrinnflyttarar og livsfase/livstilinnflyttarar medan tilbakeflyttarar vert delt inn i gruppene jobbtillikeflyttarar, miljøtilbaketilflyttarar og retrett-tillikeflyttarar. I arbeidet har eg støtta meg til desse kategoriane, men dei utgjer ingen absolutter. Det vil vera vanskeleg å fastsetja kva kategori dei ulike respondentane høyrer til utan å kjenna dei godt frå før. Kategoriane har eg nytta som eit hjelpemiddel for å få eit variert utval av respondentar. Konkret føregjekk val av respondentar ved at eg gjekk gjennom lister over personar som hadde flytta til Kommunen dei siste 10 åra og valte ut dei som hadde postnummer Rosendal. Med eigen lokalkunnskap kunne eg identifisera kven som framleis budde her, og frå dette utvalet nytta eg kategoriane til å velja ut kven eg ynskja å snakka med. Utgangspunktet mitt var at personar som i tillegg til at dei var del av det som Florida (2002, 2003) definerer som den kreative klassen, anten var aktive kulturkonsumentar, arbeide innanfor kunst og kulturfeltet eller var aktive i det frivillige kulturlivet kunne bidra med mykje informasjon og i den grad eg kjende til at respondentane fall innanfor dette valde eg ut dei.

I tillegg til respondentane har eg valt ut 8 informantar som eg har kalla politikktutformarar og utviklingsagentar. Desse vart valt ut på bakgrunn av at dei har eller hadde hatt ei rolle der tilflytting og/eller kultur er ein del av dette. Dette er personar eg tenkjer kan sitje på verdifull kunnskap om tema som eg ynskjer å undersøke. Eg ynskte då å snakka med offentleg tilsette, politikkarar og personar som hadde vore eller var involvert i utvikling av Rosendal som lokalsamfunn. Eg er sjølv tilsett i det kommuneadministrasjonen og eg er innbyggjar i Rosendal. Eg nytta meg av den kunnskapen eg hadde og valde ut dei personane eg meinte kunne gje meg informasjon og refleksjonar om dei tema som eg ynskte å undersøka.

Eg gjorde eit medvite val om å ikkje kontakta alle respondentane samstundes. Det gav meg fleksibilitet til å justera utvalet eg i byrjinga hadde ynskje om å intervjua. Undervegs i prosessen spurde eg respondentane og informantane om det var andre dei meinte eg burde snakka med, den såkalla «snøballmetoden» (Jacobsen 2015). Metoden førde til små

justeringar i det fyrste utvalet. Mellom anna førde det til at eg valde å intervju nokre respondentar som hadde budd i Rosendal meir enn 10 år eller mindre en fire år.

3.3 Gjennomføring av undersøkinga

«Forskeren skal spesifisere hvordan hun eller han kom frem til den forståelsen som prosjektet resulterer i. Dette innebærer å gjøre rede for fremgangsmåter i prosjektet og relasjoner i felten» (Thagaard, 2013, s 206).

3.3.1 Intervjuguide og intervju

Eit intervju kan ha ulik grad av openheit, alt frå ein heilt open samtale utan nokon form for avgrensingar til eit meir strukturert intervju med førehandsdefinerte spørsmål, (jmf. Jacobsen 2015 s. 149) Den framgangsmåten som er mest nytta i kvalitative intervju, også i denne undersøkinga, er semi-strukturete intervju. Det semi-strukturete intervjuet er basert på ein delvis strukturert intervjuguide. Tema forskaren ynsker å ta opp er lagt på førehand slik at forskaren kan følgje den intervju si forteljing samstundes som ein sikrar at dei tema som er viktige for at problemstillinga vert drøfta (Thagaard, 2013).

Før eg starta med intervju laga eg intervjuguid med spørsmål som eg meinte ville vera til hjelp for å få fram empiri som kunne svara på problemstillinga mi. I samband med utforminga av intervjuguiden må forskaren avklara informasjonsbehovet og tenkja gjennom kva slags informasjon som skal skaffast til veie ved hjelp av intervju og på grunnlag av dette kan tema for intervjuet spesifiserast (Grønmo, 2004) Intervjuguiden var delt opp i 3 ulike tema og under kvart tema sette eg opp mange tenkelege spørsmål. Dette kallar (Thagaard, 2013) for «tre med greiner» modellen, der stamma representerer hovudtema og greinene dei enkelte tema. Kvart tema må utdjupast med oppfølgingsspørsmål. Målsetjinga var at intervjuet i størst mogleg grad skulle fungera som ein open samtale og spørsmåla vart fyrst og fremst nytta som ei hjelp i førebuinga til intervju og til å styre samtalen når eg kjende det var naudsynt. Eg nytta meg av same intervjuguide både til respondentane og informantane, men hadde på førehand markert dei spørsmåla som eg var mest opptatt av å stilla til respondentane. Sjølv om respondentane var valt ut for å snakka om eigne erfaringar var det også interessant å høyra deira synspunkt på ein del av dei andre spørsmåla som fyrst og fremst var retta mot informantane. Samstundes var eg opptatt av å ikkje gjera respondentane ukomfortabel med å spørja om ting som vedkommande ikkje følte dei hadde forutsetningar for å svara på. Eg vurderte derfor fortløpande kva spørsmål eg stilte denne gruppa. Ettersom informantane og respondentane eg intervju hadde varierende kjennskap til, og interesse for dei ulike tema som

eg ynskte å ta opp fall det naturleg at tyngdepunktet i samtalen variererte etter kven eg snakka med.

3.3.2 Førebuing og gjennomføring av intervju

Intervjua gjekk føre seg i perioden 08.02-20.03 2018. Som førebuing til intervjua vart informasjonsskriv godkjent av SSB sendt ut pr. e-post til alle eg ynskte og intervjua, med spørsmål om dei kunne tenkja seg å vera med i undersøkinga. Utsendinga av spørsmål om deltaking var asykrone, for som eg har vore inne på ynskte eg å ha muligheit til å nytta meg av «snøballmetoden». Alle eg kontakta responderte positivt på spørsmålet og eg gjorde då fortløpande avtalar om tid og stad for intervju. For ein av dei som hadde sagt ja til å stilla til intervju vart det vanskeleg å få til ei tid som passa. Ettersom tida gjekk og vi ikkje fekk ein avtale valde eg å gå vidare i arbeidet utan dette intervjuet. Eg hadde då transkribert alle intervjua og vurderte det slik at eg hadde tilstrekkeleg med materiale til å gå vidare. I denne situasjonen var det mi vurdering at eg ikkje ville spørja for mange gonger når det passa å ta intervjuet. Det var fordi eg var oppteken av at ingen skulle kjenna seg pressa inn i noko dei ikkje ynskja å vera med på.

Dei fleste av respondentane vart intervjua på sin eigen arbeidsplass, eventuelt på mitt kontor. Når det gjaldt informantane gav eg dei høve til å velja om dei ville besøkja meg på mitt kontor eller om eg skulle komma heim til dei. Her gjorde vi ulike avtalar etter kva som hørde informantane best. Eg opplevde at dei eg intervjua var komfortable med situasjonen.

I forhold mellom forskar og deltakar er tillit eit sentralt omgrep i det kvalitative intervjuet. Grønmo (2004) peikar på at dårleg kommunikasjon mellom forskar og respondent, at forskaren med sin væremåte kan påverka svara, at respondenten kan hugsa feil eller ha ein sjølvrepresentasjon som påverkar svara som han eller ho gjer som typiske problem som kan oppstå under datainnsamlinga. For å motverka at eg skulle stø på slike problem la eg vekt på å skapa ein god og trygg intervjusituasjon der eg sørga for at informanten eller respondenten i stor grad fekk velje stad og tid for intervjuet. Det var viktig for meg at den som skulle intervjuast var komfortabel med intervjusituasjonen. Vidare gav eg ein kort introduksjon til tema som eg ynska å snakka om og litt kva spørsmåla ville handla om. Spørsmåla mine til informantar og respondentar handla i stor grad om deira vurderingar av ting, og eg opplevde ikkje at det å hugsa feil ville utgjera eit problem i datainnsamlinga. Derimot tenkte eg litt på om respondentar og informantar kunne gje utrykk for at dei meinte at kultur som verkemiddel var viktigare eller hadde større betydning enn det som dei eigentleg meinte. I slike tilfelle der

eg var usikker prøvde eg å stille oppfølgingsspørsmål for å sjekka kva informanten eller respondenten egentleg meinte.

Alle som vart intervjuar hadde kjennskap til meg på førehand og eg opplevde det som uproblematisk å etablere ein god tillitsrelasjon mellom meg som intervjuar og dei som vart intervjuar. Thaagard (2013) peikar på at det kan vere eit dilemma i intervjusituasjonen at den som vert intervjuar svarar det dei ynskjer at forskaren skal høyre. Ho meiner at forskaren i desse situasjonane så godt det lar seg gjera må unngå at eigne verdiar pregar intervjusituasjonen. Eg arbeidar i kommuneadministrasjonen med kultur som fagfelt. Alle som vart intervjuar visste dette og eg hadde på førehand tankar om dette ville farga svara eg fekk. Eg forsøkte å vera medviten på å vere nøytral i intervjusituasjonen og opplevinga mi er at eg fekk ærlege svar frå dei som eg intervjuar.

Som eg har vore inne på tidlegare er kultur eit vidt omgrep og dette er noko eg brukte mykje i spørsmåla mine. Eg opplevde i fleire tilfelle at dei som vart intervjuar var litt usikre på omgrepet og derfor kva som var relevant og snakka om i samband med dei ulike spørsmåla eg stilte. Fleire gonger var vi komme langt ut i intervjuet før eg oppdaga dette og eg måtte då presisera at eg gjerne ville at dei skulle tenkje vidt i sin definisjon av kultur. Det er grunn til å tru at dette kan ha lagt avgrensingar på informasjonen eg fekk. Etter å ha føreteke fleire intervju der dette skjedde starta eg å innleia med kva eg tenkte på når eg snakka om kultur, og gjorde det klart at dei sto veldig fritt til å snakka om alt som dei meinte høyrde til i kulturomgrepet.

3.3.3 Transkribering

Alle intervjuar vart tekne opp på band og fortløpande transkribert i sin heilhet. Det er anbefalt at ein i tillegg til opptak også tek notatar undervegs i intervjuet, jmf. Jacobsen (2015) Eg nytta meg i liten grad av notatar i intervjuprosessen, kun i dei tilfelle informanten/respondenten snakka om eit tema som eg ville hugsa å spørja meir utfyllande om seinare i intervjuet. I byrjinga var eg oppteken av å ta notatar, men mi oppleving var at dette tok fokus frå interaksjonen mellom meg som intervjuar og den som vart intervjuar.

Det var svært tidkrevjande og transkribere alle dei 17 intervjuar i sin heilhet. Eg valde likevel å ta gjere dette då det *«lettar analysen for forskaren, men også opnar for kontroll av rådata for andre som vil ønske det for å sjå om tolkningane forskaren foretar er gode nok»* (Jacobsen 2015, s. 202)

3.4 Analytisk tilnærming

«Innhaldsanalyse er basert på en antakelse om at det en person sier i eit intervju, eller det mennesker gjør når man observerer dem, kan reduseres til eit sett færre, men mer overordnede og meningsfylte kategorier. Det sentrale blir dermed å finne de relevante kategoriene og fylle disse kategoriene med mening» (Jacobsen 2015, s 207) Under følger ein omtale av framgangsmåten min i arbeid med og fortolka og analysera innsamla empiri.

3.4.1 Koding av data

Etter at transkriberinga var gjennomført starta eg arbeidet systematisera det stora datamaterialet. Eg gjekk grundig gjennom materiale i sin heilhet og gav alle setningar og avsnitt som eg meinte var interessante, i samband med problemstillinga ein kode. I dette steget av prosessen bant eg meg ikkje opp til kva del av problemstillinga dei ulike tekstutdraga ville svar på. Eg gav utdraga ein kode som sa noko om kva informant/respondenten la vekt på. « *Dette kalles ofte for open koding eller førstesyklus koding*» (Jacobsen 2015, s 2017) Dette fyrste steget med koding gav meg ei rekkje kodar som sa gav meg ei oversikt over kva som særleg var trekt fram av informantar og respondentar.

3.4.2 Gruppering og kategorisering av data

Den kvalitative tilnærminga til datainnsamling er kjenneteikna av openheit som igjen betyr at det i liten grad er forskaren som på førehand dannar kategoriar som data skal passa inn i, men at kategoriane skal starta med eit grunnleggjande krav om at kategoriane skal vere fundamentert i data (Jacobsen, 2015). Etter å ha lese og koda materialet starta eg arbeidet med å gruppera det koda materialet. Med utgangspunkt i problemstillinga og det koda materialet identifiserte eg dei mønstera som eg oppfatta betydde mest.

Dette arbeidet danna grunnlag for dei tema eller kategoriar som eg meinte var viktig å få fram for å belysa eller svara på problemstillinga. Problemstillinga er eit viktig utgangspunkt for kva kontekstuelle eller teoretiske samanhengar som er mest relevant for den spesielle teksten som skal kodast og slik sett vert kategoriane utvikla dels induktivt, på grunnlag av det empiriske materialet, dels deduktivt, med utgangspunkt i omgrep og teoriar frå tidlegare forskning. (Grønmo 2004, s. 247)

Med utgangspunkt i dei tema eller kategoriar som eg hadde identifisert gjekk eg på ny gjennom materiale med «nye auge» for å vere sikker på at eg hadde fått med meg alle nyansar i materialet.

Ein kvalitativ analyse skil seg ofte frå den kvantitative ved at fyrstenemnte er opptatt av detaljrikdom og nærleik til studieobjektet framfor å generalisera. Likevel har dei aller fleste studiar til hensikt å uttala seg om noko meir en dei konkrete tilfella som er studert (Hjelm & Lindgren 2010, s 95)

Det vidare analysearbeidet var konsentrert om å finna samanhengar og avvik mellom empiri og det teoretiske rammeverket og på den måten generalisera og trekkja konklusjonar som kan vere fruktbare å nytta seg av i eit konkret arbeid med å auka tilflyttinga.

3.5 Ethiske vurderingar, relabilitet og validitet

Eg vil i det følgjande vurdere etiske spørsmål som anonymitet og konsekvensar for deltakarane i denne studien og studiens relabilitet og validitet. I tråd med god forskningsetikk er undersøkinga meldt inn til NSD.

3.5.1 Informert samtykke og anonymitet

«Den grunnleggende forutsetningen for begrepet informert samtykke er at den som undersøkes, skal delta frivillig i undersøkelsen, og at den frivillige deltakelsen skal være basert på at den som undersøkes, vet om hvilke farer og gevinster som en slik deltakelse kan medføre» (Jacobsen 2015, s. 47).

Informert samtykke med informasjon om studiens innhald vart lagt ved i e-post med spørsmål om informant/respondent kunne tenkja seg å delta i studien. Før intervjustart vart deltakarane spurdt om dei hadde lest gjennom tilsendt informasjon og samtykkeskjema vart underskrive. Etter avklaring med informantane skriftleg og munnleg vart det gjort lydopptak av intervjuet ved hjelp av opptaksfunksjon på telefon. Det vart også informert om at eventuelle sitat nytta i oppgåva ville vera anonyme. På dette punktet vart det skild mellom informantar og respondentar i informasjonsskrivet. For respondentane kjem det fram at det kan verte aktuelt å gjera kjend stillingstittel.

«I samband med masteroppgåva vil ditt/dykkar namn ikkje bli publisert og det vil så langt som råd tas omsyn slik at de/du ikkje skal kunna kjennast igjen. Vert du intervjuet i kraft av stillinga di kan stillingstittel bli aktuelt å publisere» (Vedlegg 2)

Då studien er avgrensa til eit lite lokalsamfunn er det svært truleg at både informantar og respondentar som er intervjuet i denne oppgåva kjenner kvarandre. Det kan vere ei utfordring i samband med anonymisering. I sitat nytta i oppgåva har eg vore nøye med å erstatta opplysningar som kan føra til gjenkjenning med (...).

3.5.2 Respondentkoding

Eg har valt å koda respondentane og informantane som informant med eit tal. Alle respondentar er lagt inn i ein tabell der det går fram om dei høyrer til gruppa informantar(utviklingsagentane) eller om dei representerer respondentane (tilflyttarar). respondentane er heilt anonyme, medan det i tabellen går fram kva stilling, verv, eller rolle informantane har eller har hatt. Alle er koda med tall som 1,2,3. I fleire tilfelle intervjuar eg sambuande eller gifte par i lag, og eg har då gitt informantane koding som t.d. 1 og 1.2 for å synleggjera at desse informantane er intervjuar saman. I intervjuar av tilbakeflyttarar ligg det i sakens natur at det i fleire tilfelle bare er den eine parten som er tilbakeflyttar. Det er på bakgrunn av rolla som tilbakeflyttar dei er spurte om å stilla opp i undersøkinga. Like fullt er det viktig å intervjuar dei i lag. I koding av tilbakeflyttar er sambuar/ektefelle i desse tilfella koda med desimal.

respondentkoding		
Informant 1	Nyinnflytter1	Kvinne
Informant 1.2	Nyinnflytter 1.2	Mann
Informant 2	Nyinnflytter 2	Kvinne
Informant 3	Nyinnflytter 3	Kvinne
Informant 4	Nyinnflytter 4	Kvinne
Informant 4.1	Nyinnflytter 4.1	Mann
Informant 5	Nyinnflytter 5	Kvinne
Informant 5.1	Nyinnflytter 5.1	Mann
Informant 6	Tilbakeflytter 6	Kvinne
Informant 6.1	Tilbakeflytter 6	Kvinne
Informant 6.1	Tilbakeflytter 6.1	Mann
Informant 7	Tilbakeflytter 7	Kvinne
Informant 8	Tilbakeflytter 8	Kvinne
Informant 8.1	Tilbakeflytter 8.1	Mann
Informant 9	Utviklingsagent 9	Mann
Informant 10	Utviklingsagent 10	Mann
Informant 11	Utviklingsagent 11	Mann
Informant 12	Utviklingsagent 12	Kvinne
Informant 13	Utviklingsagent 13	Mann
Informant 14	Utviklingsagent 14	Mann
Informant 15	Utviklingsagent 15	Mann
Informant 16	Utviklingsagent 16	Kvinne

I ettertid har eg vurdert at det ikkje er av stor betydning å gjenge kven som har kva stilling. For informantane vurderer eg at det er viktig å visa om informanten høyrer til gruppa med nye tilflyttarar eller gruppa med tilbaketilflyttarar. På denne bakgrunn gjev eg opplysingar om informanten er tilbakeflyttar, tilflyttar eller representerer gruppa med utviklingsagentar. I tillegg er kjønn på vedkommande oppgitt. I kapittelet om utval gjer eg på generelt grunnlag

greie for kjenneteikn på dei ulike gruppene. Det er mi vurdering at dei gjennomførte grepa for å sikra anonymitet ikkje går ut over poenga eg kjem fram til i argumentasjonen i teksten.

Ved gjennomføring av undersøkingar er det viktig å tenkja gjennom kor følsam informasjonen er for den som vert undersøkt. (Jakobsen 2015). I utgangspunktet er det ikkje særleg følsame tema det vert spurt om i denne undersøkinga. Eg er likevel audmjuk for at informantane har snakka opent til meg både om motivasjon for flytteavgjerd og om korleis dei opplevde å flytta. Dette er ting som for mange vil opplevast som privat informasjon. «*Jo lenger inn i den private sfæren vi beveger oss, desto sterkere tiltak skal vi iverksette for å sikre privatlivets fred*» (Jakobsen 2015, s 49) eg har derfor etter beste evne arbeida for at informantane ikkje skal kunna identifiserast. Nokre av informantane eg intervjuar høyrer til dei kreative/skapande næringane. Det er eit bevist val for å utelate akkurat kva dei arbeidar med då dette er ein opplysning som fort kan føra til at vedkommande vert kjent igjen.

3.5.3 Relabilitet

Argumentasjon for relabilitet betyr at forskaren reflektera over konteksten for innsamling av data, og korleis relasjon til forskaren kan influera på den informasjonen forskaren får (Taagård, 2013)

Eg har valt å utføre denne studien i eiga heimbygd. Store delar av informantane eg intervjuar arbeidar i den kommunale organisasjonen, som og er min arbeidsplass. Rosendal er ei lita bygd og det betyr at eg også i varierende grad kjenner respondentane eg intervjuar.

«*Bestemmer man seg for å undersøke egen organisasjon, skal dette i alle fall gjøres klart for leseren, samtidig som den som gjennomfører undersøkelsen, skal reflektere over sin egen posisjon både som ansatt og undersøger*» (Jakobsen 2015, s 57).

Ved å studera eigen organisasjon kan ein risikere at det blir vanskeleg å halde nødvendig kritisk avstand til det ein skal studere då ein sjølv ofte vil ha erfaringar på område, og kanskje også sterke meiningar om det. Eg er fagansvarleg for det allmenn kulturarbeid i kommuneorganisasjonen. Av det følgjer at eg sit tettare på fagområdet en dei personane eg intervjuar og at eg av naturlege årsakar også vil ha meiningar om tema. Denne situasjonen var eg bevisst på gjennom heile prosessen og eg var oppteken av å ta ein lyttande posisjon i intervjusituasjonen og ikkje gje uttrykk for egne meiningar. Dette har eg også hatt stort fokus på i arbeidet med å analysa empirien.

Ei anna fallgruve er at ein lett kan oppsøka bare dei uformelle strukturane som ein kjenner til, og dermed mister informasjon frå delar av organisasjonen ein ikkje er ein fullt integrert del av. (Jacobsen 2015). Dette var ei fallgruve eg var på veg inn i og rettleiaren min til god hjelp. Dette førde til at eg utvida talet på respondentar eg ynskte å snakka med og at utvalet ikkje vart så «topptungt» som eg i utgangspunktet hadde planlagt.

Med tanke på å vere ein insider i eiga bygd, der alle informantane kjende til kva eg arbeide med og tema for undersøkinga mi var eg bekymra for at informantane skulle vere farga av dette og kanskje gje uttrykk for ei meir positiv haldning til betydninga av kultur enn det som var tilfelle. Dette var ein tanke eg har hatt med meg i heile tida, men eg sit igjen med ei erfaring av at informantane var både ærlege og reflekterte over dette.

3.5.4 Validitet

Validitet er knytt til tolking av data og gyldighet av dei tolkingar som forskaren kjem fram til. Ein måte å vurdere validitet på er å stilla spørsmål om dei tolkingar vi kjem fram til, er gyldige i forhold til den verkelegheita vi har studert (Thaagård, 2013).

Val av enkeltcase-studiar har sine svake sider, Jacobsen (2015) peikar på at det er vanskeleg å generalisera funn frå ein case til andre case. For å bøte på dette kunne eg valt å undersøkje 2 eller fleire case og sjå på om funna eg gjer i studien min samsvarar i dei ulike case. Å gjera like grundige undersøkingar som eg har gjort i dette tilfelle på fleire einingar ville gå utanfor dei tidsrammene er har til rådighet i denne undersøkinga. Å undersøkje fleire case ville derfor gå ut over djupna på innsikta eg ville tileigna meg, til fordel for fleire undersøkingsobjekt. Mi vurdering er at ei djup forståing av fenomenet var viktigare med tanke på svara på problemstillinga. Samstundes er det min intensjon at konklusjonane i undersøkinga skal kunna nyttast som eit fruktbart utgangspunkt i arbeid med tilflytting i andre små lokalsamfunn. Rosendal skil seg på mange måtar ut frå andre små lokalsamfunn med eit rikt kulturtilbod, særleg på sommarhalvåret. Også dette vil avgrensa muligheita for å overføre funna til andre små lokalsamfunn. På den andre sida hadde ein tilsvarande studie på små lokalsamfunn med heilt andre utgangspunkt kva gjeld kulturtilbod vore interessant og utfyllande lesing.

Utval av respondentar er prega av personar eg har observert er til dels aktive konsumentar og/eller deltakarar i det lokale kulturlivet. Eit slikt val vil truleg farga undersøkinga mi og kan gje eit inntrykk av at kultur har ein større betydning i arbeidet med tilflytting enn det som er tilfelle. Det er nærliggande å tru at eit meir tilfeldig utval ville gitt andre svar. Eg forsvarar

valet mitt med at studiens forskingsspørsmål handlar om korleis vi kan nytta kultur aktivt i arbeidet med tilflytting. Eg har derfor aktivt leita etter personar der eg antar at kultur kan ha vore ein medverkande faktor i flytteprosessen.

Det var min intensjon å intervju 10 tilflyttar- 5 intervju med nye tilflyttarar og 5 intervju med tilbakeflyttar. Det eine intervjuet som var planlagt med tilbakeflyttar vart aldri avklart eg ynskte av etiske grunnar ikkje å leggje press på vedkommande. Eg vurderte å finna ny informant å intervju, men dette ville ha forsinka meg mykje i arbeidet. Etter gjennomlesing av den empirien eg hadde samla inn vurderte eg at materialet var tilstrekkeleg.

4 Empiri og analyse

Som presentert innleiingsvis består denne studien av ein hovudproblemstilling med i forskingsspørsmål. Eg har i kapittel 2 gått gjennom det teoretiske rammeverket og synt til kva som ligg i kulturomgrepet, kulturbasert utviklingsstrategi og flytteforskninga. Eg vil i det følgjande presentera resultata frå intervjua og drøfta desse i lys av det teoretiske rammeverket og forskingsspørsmåla. Eg ser fyrst på korleis kulturomgrepet og kulturstrategiar vert nytta i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis ein vurderer potensialet i slike strategiar. Deretter går eg over til å drøfta kva som er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis dette er knytt til kultur som motiv for å flytta. Til slutt drøftar eg funna mine i lys av hovudproblemstillinga som er korleis kultur kan vera eit relevant verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfellet Rosendal.

4.1 Korleis vert kulturomgrepet og kulturstrategiar nytta i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis vurderer ein potensialet i slike strategiar

I teorikapittelet har eg vist at i arbeid med kultur som strategi for å auka tilflytting peikar ulike teoretiske retningar på strategiar som kan få slik utvikling til å skje. Eg vil i det følgjande analysa empiriske funn opp mot alternative teoretiske retningar og strategiar og sjå på korleis ein vurderer potensiale for å nytta dette i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal.

4.1.1 Dei produksjonsorienterte strategiane

Ein kan sjå på kulturnæringane sitt bidrag til økonomisk verdiskaping både som ein direkte og ein indirekte effekt. Det fyrste er at det verdiskaping i seg sjølv som kan talfestast, for det andre fungera kulturnæringa som ein viktig innsats for anna næringsutvikling, anten ved at dei skapar attraktivitet som igjen bidrar til næringsutvikling, eller at kulturnæringane fungera som modell for andre næringar (Røyseng 2011).

Kreative næringar, kulturnæringar og opplevingsøkonomi er omgrep som Horrigmo (2011) samlar i omgrepet produksjonsorienterte strategiar. Satsing på slike strategiar fokusera på at kulturelle produkt har eit betydeleg verdiskapingspotensiale som kan talfestast i kroner og øre. Å satsa på slike næringar for å skapa økonomisk vekst og i forlenginga av dette fleire tilflyttarar vil krevja ein større marknad for å distribuera dei kulturelle produkta på den opne marknaden enn det Rosendal kan tilby. Det er ingenting som tya på at ein lokalt vurderer at det er eit stort potensiale på å satsa på kulturnæringar på eit kommersielt grunnlag.

«Jeg tror ikke vi har befolkningsgrunnlag nok til å ha store kultursatsingar på eit kommersielt grunnlag. Det er vi for få til. Jeg tror heller innsatsen må gå på å katalysere aktivitet basert på frivillig aktivitet i hovedsak». (Informant 10)

Kulturnæringa kan fungera som ein viktig innsats for annan næringsutvikling, anten ved at desse næringane skapar attraktivitet som igjen bidrar til næringsutvikling, eller kulturnæringane fungerer som modell for andre næringar (Hauge et al. 2010). Rosendal ser ut til å ha ein tettare kunstnartettleik enn t.d. andre bygder i kommunen. Det kan tyde på at det ligg eit potensiale i å trekkja til seg fleire kunstnarar som samstundes etablerer egne næringar.

« .. Det tror jeg vi kan si at vi kjenner eksempler på kunstnere som har flytta hit på grunn av kulturomdøme til Rosendal så sånn sett så er potensiale til stede»
(Informant 11)

Horrigmo (2011) peikar på at det i arbeid med å trekkja til seg kulturnæringar vil vera ein fordel at det finst andre liknande næringar i nærleiken. Fleire av informantane eg snakka med peika på at det kan vera eit potensial i å skapa eit miljø og eit nettverk for å trekkja til seg endå fleire kunstnarar til Rosendal.

«.... Vi har jo fleire kunstnarar som har flytta til kommunen og skapt seg kermikkverkstad, designfirma, interiør. Vi har jo flere eksempel på det i bygda her. Det at det er kjem nokon, vil ofte avla fleire.» (Informant 13)

Fleire av informantane som driv innanfor kreativt og kunstnarisk virke peika på at det kan ha betydning for dei at det finst andre liknande næringar i området. Ein informant uttrykkjer dette slik:

«Drømmesenario var jo at det var eit par til som jobba med same som vi kunne ha hjelpe kvarandre litt. At du ikkje var alltid heilt aleina og at eg ikkje alltid måtte henta folk frå byane for å hjelpa meg. At det var nokon i området. Det hadde jo vore luksus. Fleire ein kunne ha snakka med om idear og innhald og kunst generelt. Fleire som kunne ha utfordra ein litt.» (Informant 8)

Andre igjen var meir opptekne av å få fram vakker natur og godt kulturtilbod som viktig for at dei kom til bygda. Igjen var det særleg den kvalitativt høgverdige «finkulturen» som vart verdsatt.

«Ja og Galleri Guddal, at det var en levende kulturbygd rett og slett» (Informant 4)

Dette syner at både dei produksjonsorienterte strategiane som liknar på annan næringspolitikk og dei konsumorienterte strategiane (Horrigmo, 2011) er viktige verkemiddel dersom ein ynskjer å trekkja til seg kunstnarar til bygda.

Sjølv om utviklingsaktørane eg snakka med identifiserte eit potensiale for å trekkja til seg kunstnarar til Rosendal vurderte dei det ikkje som eit stort potensial eller som drivkraft i tilflyttingsarbeidet. Det vart rekna som eit av fleire moment som bidreg til å dra i rett retning. Informant 10, svarar slik på spørsmål om det er potensiale for å auka tilflyttinga ved å satsa på å trekkja til seg kunstnarar:

«Ja, jeg tror det. Ikke sånn fryktelig stort men det er der. Det er ikke det som skal berge befolkningsveksten i Rosendal eller Kvinnherad, men det vil bidra...» (informant 10)

Det er dei indirekte effektane der kunstnarar skapar attraktivitet for andre kunstnarar som rår hos informantane eg snakka med. Informantane eg snakka med syner nøktern tru på eit stort potensiale for at det kan etablerast kulturnæringar med eit stort økonomisk potensiale i Rosendal.

«Vist du då ser vekk frå ein veldig liten nisje kan du sei, der du har kunstnarar då, som flyttar. Då kan du jo ha ei viss næring, når nokon allereie har flytta og du har eit miljø for den type aktivitetar eller næring då, kan det kanskje lokka fleire til seg av den typen då, som vi veit at vi jo gjerne til ein viss grad lukkast med i Rosendal. At vi har fått folk i frå dei litt meir frie yrka til å flytta og etablera sin arbeidsplass»
(Informant 15)

I den grad ein kan identifisera eit potensial for å ta i bruk dei produksjonsorienterte strategiane for å skapa kulturnæringar i Rosendal, handla det om å trekkja til seg kunstnarar og kreative menneske som etablera seg i Rosendal med næringa si. Verkemidla knytt til dei produksjonsorienterte strategiane vil vera fornuftige å ta i bruk til dette føremålet men lika viktig for kunstnarar og kreative er dei verkemidlane som er knytt til dei konsumentorienterte strategiane og den kvalitative kulturomgrepet.

4.1.2 Konsumorienterte strategiar

Karakteristisk for opplevingsøkonomien er at dei set konsumenten i fokus og det handlar om å skapa eller å levera opplevingar i ei eller anna form. I følgje Horrigmo (2011) er dette opplevingar som vil bidra til kortsiktige økonomiske verknader der kunst og kultur kan

trekkja til seg turistar og fastbuande som brukar pengar på kultur, og på relaterte varer og tenester som t.d. mat, drikke, overnatting og shopping. Rosendal trekk mange turistar. Naturen, kulturinstitusjonar som Baroniet Rosendal og Galleri Guddal saman med festivalar og andre arrangement er viktige grunnar for at turistane besøker bygda.

«ja det er veldig tydelig at det er ein auke i den interessa (..)for turgåing og turmuligheiter. Og ikkje bare på sommaren, men allereie no på vinteren byrjar spørsmåla om toppturar på ski. Så det er det og aukande interesse for(.....) Folk reiser lange vegar. Det er ikkje bare i regionen, det er jo frå heile landet til ein del av utstillingane hennar (Galleri Guddal). Akkurat som Baroniet og. Både på konsertar og utstillingar så trekk dei folk frå meir enn Hordaland. Så det er veldig viktige ting for reselivet, at vi har sånne magnetar». (Informant 17)

Turistaktiviteten har betydning for det lokala næringslivet. Ein av informantane som sjølv har hatt næring i handlegata i Rosendal, stadfestar dette:

«Aktiviteten som skjer på Baroniet genererer og aktivitet i Skålagato. Det hugsar eg bare frå eg dreiv sjølv, at vi hadde eit fantask år omsetingsmessig då Dronning Margrete av Danmark og Sonja av Norge hadde utstilling der. Masse folk som kom tilreisande og dei la igjen pengar i butikkar og slik ting. Og det merka vi veldig godt, så eg trur nok det å styrkja den institusjonen der og vere med å bidra til det, vil vi ha mykje igjen for på mange område» (Informant 14)

Rosendal har eit stort potensiale for å trekkja til seg kunst og kulturinteresserte turistar og gjer det i dag. Aktiviteten er i dag sesongstyrt og knyt seg i stor grad til aktivitet frå mai til september.

«..men det som eg trur er litt utfordringa er at vi har frykteleg mykje kulturtilbod frå omtrent midten på mai og ut august. Men frå slutten av august og utover er det jo vesentleg mindre eg tenkjer då litt på Baroniet, Galleri G. Guddal og dette her» (informant 15)

Truleg er det grunnlag for å satsa på sesongutviding for å skapa ytterlegare vekst i opplevingsnæringane knytt til turistar. Sesongutviding ved Baroniet Rosendal og samarbeid med tilstøytande næringar vert trekt fram som moglege alternativ.

«Jeg tror utfordringa med å trekka til seg turistar framover først og fremst ligg i skuldresesongen og i lavsesongen på vinteren fordi at kapasiteten er egentlig er

sprengt i perioden fra mai til august/ september. Jeg hører hvertfall i turistbransjen så blir hvertfall småskala kulturtilbud noe som kan styrke tilreisninga på tider av året der det elles er lite turister da. Og det å gi de unike opplevelsene hvor tilreisende får følelsen av å være med på noe rofesta enten det er potetkakeleding eller hva det måtte være, komme inn i de kall det private heimane, men vi har jo mange bygdetun, hus og gardar ikkje minst. Der ligg det eit potensiale. Og det er jo eit tilbud som kan være opne uavhengig av vær og vind og det er nok eit poeng at når det først er bestilt så er det det der og kan leveres. Mens naturen elles er så dramatisk, særlig høst, vinter og vår at det blir vanskelig med leveringsstabilitet. Der tror jeg kulturlivet kan bidra. Så kommer det en gjest her som har bestilt ett eller annet i november så får han det. Fordi det er innomhus eller under tak» (Informant 10)

Eg har her vist til eit alternativ og eit potensiale for å satsa på kultur som verkemiddel i samband med å trekkja til seg turistar. I ei slik satsing er det den såkalla finkulturen som særleg ser ut til å ha eit potensiale. Som Horrigmo (2011) peikar på er dette kortsiktige verknader og er mindre relevant i samband med å vurdera om kultur kan nyttast som verkemiddel for å trekkja til seg tilflyttarar.

Langtidseffektane av dei konsumorienterte strategiane er i stor grad knytt til at satsing på kultur og fritidsaktivitetar vil bidra til å trekkja til seg nye innbyggjarar, selskap og investeringar. I ei slik satsing vil tilgang til gode fasilitetar for sports og helseaktivitetar, gode høve for å delta i skapande kulturaktivitetar som musikk, song, teater, film og handverk, god tilgang til bibliotek og kunnskap, breiare kulturaktivitetar, kunstmuseum og kunstutstillingar samt interessante urbane miljø og kulturmiljø vera relevant. (Jmf. Florida 2002, 2003, Bille 2011, Andersen et all 2010A)

Eg har innleiingsvis synt til at Rosendal er ei bygd som byr på eit bredt spekter av aktivitetar og moglegheita. Her er kulturelle spydspissar som Baroniet Rosendal og Galleri Guddal, eit levande gate og uteliv, gode muligheita for eigenorganisert aktivitet knytt til friluftsliv og rikt lags og organisasjonsliv. Dette er stadsesifikke eigenskapar som i følgje (Florida, 2003, 2002, Bille 2010, andersen et all 2010A) vil bidra til at den kreative klasse vel Rosendal som stad og bu og det bør såleis vere eit potensiale for at Rosendal på bakgrunn av dette kan trekkja til seg innbyggjarar.

«Du har jo andre som jobbar med kortreist mat du har både bakeri og du har mikrobryggeri og, ja det er jo og ein del av kulturbegrepet slik som eg ser det det er jo

med på å gjera akkurat dette området så spesielt då. Det er jo unikt då at vi har så mange kjente kulturinstitusjonar som vi har i løpet av ein omkrets på 30 km så kan du jo oppleve isbre og du kan oppleve konsertar med dei beste i landet og du kan oppleve klosteret på Halsnøyo og du kan oppleve fjordar og, vi har jo utruleg mykje å tilby då. Det trur eg spennande og attraktivt i forbindelse med tilflytting at bredden i kulturtilbud vil gjera Kvinnherad til ein attraktiv plass for tilflytting. For vi har litt av dette med desse lokomotiva som vi har i kommunen med Halsnøy kloster, Galleri Guddal og med Baroniet som tilbyr og servering og lokal mat. Så du får på ein måte litt smaken av dette litt urbane og som mange mindre plassar ikkje har» (Informant 15)

På bakgrunn av dette vil eg hevda at Rosendal har kvalitetane og potensial til å trekkja til seg fleire innbyggjarar på bakgrunn av særlege stadsegenskapar. Dette er det potensiale som er mest relevant i samband med å trekkja til seg nye innbyggjarar og eg vil i neste kapittel av analysen komma nærare inn på dette.

Eg har her identifisert 3 ulike potensiale for å nytta kulturleia utviklingsstrategiar i Rosendal.

For det fyrste ser Rosendal ut til å ha eit særleg potensial for å trekkja til seg kunstnara og andre innanfor kreative næringar. Denne gruppa ser ut til å leggja vekt på vakker natur, eit godt kulturtilbod særleg dei kulturtilboda som vert rekna som «finkultur», eit nettverk av andre kunstnarar og muligheit for å vera kreativ og skapande i nærmiljøet. Det er dei indirekte effektane ved å satsa på å trekka til seg kunstnarar, nemleg at det kan bidra til å trekkja til seg fleire innanfor same næringa og dermed fleire innbyggjarar som er relevant i denne samanhengen og ikkje at dette er ei viktig næring å trekkja til seg med bakgrunn i at det skal føreliggja eit potensiale for økonomisk vekst. Dersom ein skal satsa på ein politikk som trekk til seg denne gruppa ser det ut til at ein må ta i bruk både dei vekemidla Horrigmo (2011) peikar på som relevante i samband med produksjonsorienterte utviklingstrategiar med fokus på liknande næringar i område, næringsklynger, å skape tillitsband mellom bedrifter og eit godt fungerande arbeidsmarknad og å skape rom for lokal kreativitet og innovasjon, saman med dei strategiane som Horrigmo (2011) knyt til dei konsumentorienterte strategiane og som legg vekt på at opplevingar og kulturtilbod vil bidra til å trekkja til seg fleire innbyggjarar.

For det andre har Rosendal eit potensiale for å trekkja til seg turistar basert på kultur. Også for denne gruppa vert Baroniet Rosendal og Galleri Guddal peika på som viktige magnetar som trekk til seg turistar. Det vert peika på at potensiale for å utvida denne aktiviteten ligg i å utvida sesongen og at ein med fordel kan utvikla nye opplevingar knytt til lokal kulturarv og

kulturmiljø. Ei slik satsing vil bidra til å halda oppe lokalt næringsliv, særleg knytt til kafear, overnatting, uteliv og handel, men det er ingen ting som tydar på at ein auke i turistar vil ha ein direkte effekt med tanke på å trekka til seg nye innbyggjarar. Det er likevel grunn til å anta at ei satsing på turisme vil ha positive verknader på arbeidet med å auka tilflyttinga dersom turistar og tilflyttarar nyttar seg av dei same kulturtilboda og at turismenæringa bidreg til å oppretthalda tilbod som er viktige for tilflyttarar og lokalbefolkning.

Til slutt har eg vist til at Rosendal har eit potensiale for å trekka til seg innbyggjarar frå den kreative klasse på bakgrunn av stadspesifikke kvalitetar. Dette potensiale ligg i dei kvalitetane som allereie er på staden og det er det alternativet som er mest interessant å utforska i samband med å bruka kultur for å trekkja til seg nye innbyggjarar. Eg vil i dei 2 neste kapitela sjå på om dette er ein farbar veg å gå i arbeidet med å trekkja til seg nye innbyggjarar.

4.2 Kva er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis er dette knytt til kultur som motiv for å flytta?

Florida legg vekt på at stadar som skal trekka til seg den kreative klasse bør ha høg grad av innovasjon og høgteknologiske verksemder (Florida 2002, 2003) og Sørлие (2009) peikar på at det vil vera lite meningsfullt for eit lokalsamfunn å lokka med andre kvalitetar dersom dei ikkje kan tilby arbeid.

Rosendal og Kvinnherad har ikkje høg grad av høgteknologiske kreative og innovative arbeidsplassar og det er lite truleg at ein trekk til seg nye innbyggjarar på bakgrunn av ein spennande arbeidsmarknad.

«For vi viste var jo at jobb her ikkje var et alternativ, så det var jo ikkje arbeidsmarkedet som dro oss hit. Det var ikkje jobb, det må sies».(Informant 4.1)

Også utviklingsaktørane eg snakka med er opptekne av at arbeidsplassar er viktig for å auka tilflyttinga.

«Eg trur dei viktige faktorane som påverkar innbyggjartalet i Kvinnherad er fyrst og fremst arbeid. Me treng arbeidsplassar, ofte til 2 personar sant. Det er ofte høgt utdanna folk det er snakk om her då. Og då kan det vera litt sånn vanskeleg å få arbeidsplassar til 2 personar visst det er par f.eks.» (informant 11)

Den utslagsgjevande faktoren for endeleg flytteavgjerdsla vil ofte vera tilgang på arbeid, medan det at ein får barnehageplass, tilgang til attraktivt hus eller at ein likar staden spesielt godt vil fungera som potensielle støttefaktorar.(Sørлие 2009) Ser ein bort frå dei som driv for

seg sjølv og kan ta med seg eigen arbeidsstad er det tilgang på jobb som er avgjerande for det endelege valet om å flytta.

«Og når eg visste at eg hadde fått (...) jobb her. Det har selvfølgelig litt å sei. Eg veit ikkje om eg hadde turt å bu her utan jobb». (informant 9)

Kvinnherad kommune er ikkje ein typisk pendlarkommune. Dei næraste store arbeidsmarknadsregionane er Stord og Haugalandet og Bergen. Reisa inneber då kryssing av fjord med anten båt eller ferja. Det går båt mellom Bergen og Rosendal og i mangel på spennande arbeidsmarknad lokalt kan slike moglegheiter for å pendla vera ein utløysande faktor for flytteavgjerdsla.

For å være veldig konkret med hva som skjedde når vi oppdaga det huset, så snakka eg med arbeidsgjevar og spurte om eg kunne pendle, og den båten gjorde det attraktivt. For det å kjøre er ikkje så kjekt året rundt. Så det var de tinga der som falt på plass. Egentlig så var det jo kommunikasjonen og da, som lå tilrette for at vi kunne jobbe (informant 4.1).

Også utviklingsaktørane eg snakka med understreka viktigheita av gode kommunikasjonar slik at moglegheitene for å pendla til attraktive jobbar vert større.

«Det viktigaste er nok kommunikasjonane. Både internt og til og frå. Slik at ein kan bu her og gjerne kan pendla til ein annan kommune og til interessante arbeidsplassar og at ein kan komma raskt til og frå, tenkjer eg». (Informant 13)

I samsvar med flytteforskinga (Sørli 2009) og (Andersen et al. 2010A) sin analyse av den kreative klasse i Skandinavia, er moglegheita for arbeid, eventuelt å kunna pendla til relevant arbeid det som fungera som utløysande flyttefaktor.

Arbeid for dei fleste er ein avgjerande faktor for endeleg flytteavgjerd og det som er avgjerande for at flytteynskje kan gå i oppfyljing. Det ser likevull ut som det ut til at det er andre potensielle faktorar som løyser ut ynskje om å flytta til Rosendal. Det er derfor grunn til å tru at det er viktig at ein parallelt med å arbeida for å etablera arbeidsplassar og gode kommunikasjonar, også arbeidar strategisk med dei potensielle flyttefaktorane i samband med å trekkja til seg nye innbyggjarar. Når vi skal sjå på kva det er som løyser ut tilflyttarane sine ynskje om å flytta til Rosendal er det interessant å sjå på i kva grad kultur verkar inn på tilflyttarane sine flyttemotiv og trivsel, om det er skilnad på motiva hos nye tilflyttarar og tilbakeflyttarar.

På spørsmål om kultur vil bidra til å auka tilflyttinga er det stor semja om at det er faktorar som vil verka positivt i arbeidet med tilflytting, men ikkje det som vil vera avgjerande. Ein av utviklingsaktørane eg snakka med uttrykkjer dette slik:

«Det åpenbare er jo at du har en plass å jobbe og at det er greit og komme til og fra, altså kommunikasjonar. At skole og barnehage er på plass, at det er tilstrekkelig handelstilbud. Det tenker jeg at må ligge i bønn og det vil nok være der Kommunen har sin hovedsatsing og. Men så er det kulturlivet utover det og det er jo fritida til folk, og hva kan du fylle den med. Da har jeg tro på at det må vokse frem et mangfold, å dyrke et mangfold. Baroniet er flott og fint og det bruker vi ofte, men vi bruker ikke bare det. Så sånn som steinparken, Gurine og aktivitetene rundt det, turstinettet vårt, muligheten for å bruke fjorden, korps og idrettslag og alt der bidrar nok, eller kva skal vi sei. Det er kanskje det folk skal fylle fritida si med og det kan vi kanskje løfte fram og jobbe mer strategisk med» (Informant 10)

Florida (2002) legg i sine teoriar vekt på at vi i dagens samfunn i større grad en tidlegare formar vår identitet gjennom eige konsum, nye former for fritid, rekreasjon og samfunnsengasjement og at det er gjennom denne identitetsskapinga vi søker fellesskap. Ut frå dette utleiar han at særlege eigenskapar ved staden som gode kultur og sportsaktivitetar, autentiske område og folkeliv og energi i gatene er viktige i kampen om innbyggjarane. (Hauge et. All . 2009).Føl ein denne tankegangen må dei kulturpolitiske verkemidla som ein tek i bruk leggja til rette for den konsumorienterte finkulturen, dei individuelle og eigenorganiserte aktivitetane og dei kulturutrykka og aktivitetane som gjer staden eit image av å vere autentisk. Sørli (2009) peikar på at dei faktorane for flytteavgjerd som særleg vert lagt vekt på i distrikta, i tillegg til arbeidsmotivet er forhold knytt til stadkjensla og identitet. Vidare peikar han på det sosiale nærmiljøet som viktig motiv for å bli buande i distrikta. Her er det kollektive og mellommenneskelege framset som viktig og dersom vi legg dette til grunn vil det som (Lysgård 2015) peikar på vera fornuftig å føra ein kulturpolitikk som samsvarar med det utvida kulturomgrepet og tek opp i seg kulturell identitet, sosialt tilhøyra, deltaking i lokalsamfunnet, læring og generell velværa.

Informantane i tilflyttargruppa oppgjer ulike motiv for flytteavgjerd og dei mest framheva motiva er familierelasjonar, jobb, natur og kulturkvalitetar. Det kjem til syne klare skilje i flyttemotiv mellom gruppa av nye tilflyttarar og gruppa med tilbakeflyttarar når dei snakka om kva som var viktig for flytteavgjerdsla.

4.2.1 Tilbakeflyttarar om flyttemotiv

Fleire av tilbakeflyttarane oppgjer familie og eigedom som hovudmotiv for at dei flytta til Rosendal, dei trekk og fram at staden har fleire positive kvalitetar som eit medverkande motiv.

«Og då var vel noko av det vi lengta mest etter å komma nærmare familie. Eller så hadde vel blitt med det eine barnet (ha..ha)» (informant 9)

«Det er så forbaska fint her at det går ikkje an å ikkje bu her. Motivasjonen min var fyrst og fremst at eg synst det er forferdelig fin natur her. Også er familien min her og det var jo å bu i nærheten av familien som var min hovedgreia» (Informant 7)

Dei tilbakeflyttarane som var gift eller sambuande la også vekt på at partner likte staden godt og at det var sentralt samband med avgjersla.

«Før eg traff hadde eg knapt høyrte om Rosendal. Dvs eg hadde vore her ein gong før og sett Baroniet. Så traff eg og fekk veta at ho var frå Rosendal og at ho var Odelsjenta. Og då måtte vi jo tenkja på om vi skulle overta garden. Og det tenkte vi på nokre år. Så fann vi ut at vi likte plassen så godt at vi måtte nesten prøva. For vi kunne ikkje sei nei utan å ha prøvd, så det var hvertfall sånn for meg at vi flytta på grunn av garden og odelen. Og at vi likte plassen godt, godt å vera her og ja. Likte meg bedre å vera her en midt i storbyen» (Informant 7.1)

Nettverk og landlege omgjevnader var også ein viktig faktor for fleire av tilbakeflyttarane.

«Men så landa jeg på å flytte hjem. Ja rett og slett på grunn av nettverk og trygt og godt og vet på en måte hva man kommer til. Trenger ikke følge ungene ut. En kan bare gå ut å leke akkurat når de vil.» (Informant 6)

I tråd med flytteforskinga som peikar på at stadstilhøyra i form av eigedom, naturopplevingar, naturpreferansar og stadsidentitet, med særleg vekt på det siste, har betydning for flytting til periferien (Sørli 2009) ser vi at tilbakeflyttarane i denne undersøkninga trekk fram familierelasjonar, nettverk og naturen som dei viktigaste flyttemotiva. Faktorar direkte relatert til kultur var lite framheva hos denne gruppa.

4.2.2 Nye tilflyttarar om flyttemotiv

Dei nye tilflyttarane var i større grad opptatt av natur og kulturkvalitetar som motivasjon for flyttinga. I samsvar med Florida sin teori om at kreative menneske ikkje bare samlar seg der

arbeidsplassane finst, men at dei søker seg til sentra for kreativitet der kunst og kultur spelar ein viktig rolle (Florida, 2002) trakk fleire av dei nye innflyttarane fram natur og/eller kultur som avgjerande. Ein informant uttrykker dette slik:

«Jeg hadde vore på jobb her 2 ganger i løpet av eit år og syntest det var veldig fint her. Og følte det var mykje kultur her i bygda, faktisk. Møtte mye folk som snakka om mye forskjellig i forhold til dugnadsånd og i forhold kunst og kultur og musikk og litt sånn. Så tenkte eg å jøss, dette er ikkje noko heilt vanleg bygd på landet. Jeg tenkte at her skjer det mykje meir enn andre steder i landet også har du jo Baroniet og historien derfra, som eg også synst var fint. også ble eg kjent med ein god del menneske som også hadde god og positiv energi og da tenkte jeg at her det sikkert fint å bo, også fant jeg et hus» (informant 2)

For dei som kom flyttande til Rosendal på grunn av jobb vart natur og kultur trekt fram som viktig anten for at dei søkte jobb her, eller for at dei vart verande. Ein av informantane skildrar møtet med Rosendal og naturen slik:

«Det var i januar 2015 at du fikk den jobben og da var jeg i Oslo. Så testa vi avstandsfamilierelasjonen om det kunne fungere og det funka skikkelig dårlig (.....) Naturen var avgjørende for meg. Vi var på besøk her i februar.(.....) og da ble jeg helt overbevist. Da var det 2 varmegrader og det var krokus i alle hager og vi satt nede ved sjøen og varma oss nesten og drakk kaffi også dro vi 10 min opp i Fjellhaugen hvor det var 3 m.- snø og 10 minus. Liksom er det mulig. Dette er jo helt fantastisk. Og en måned etterpå sa jeg opp jobben min og etablerte et enkelmannsforetak» (Informant 5)

Medan informant 3 la vekt på kjennskap til staden og Baroniet Rosendal som ein viktig grunn for valet om å søkja arbeid i bygda:

«Eg var i ein jobbsøklarprosess. Eg søkte ein jobb her i Kvinnherad, Rosendal og då hadde eg jo kjennskap til plassen då. Eg viste jo det var ein veldig fin plass. Eg hadde vore på besøk her fleire gonger, eg hadde vore i Baroniet då, det var vel eigentleg det eg kjente då. Så det var eigentleg jobb og kjennskap til plassen som gjorde at eg kunne velja, eller at eg tok valet om å flytta her til». (informant 3)

Andre igjen var opptekne av Baroniet Rosendal og Galleri Guddal som viktige faktorar for ynskje om å flytta.

«Akkurat det snakka vi om. Det var jo egentleg, eller strengt tatt var det jo Baroniet som var viktig og det som forgikk der oppe. Eller vi kjente til Baroniet fra flere besøk innover her. Og etter mange år så kjøpte vi hytta og ble mer og mer kjent med bygda eller folk da. Også var det jo litt komisk da, for dette huset som vi endte opp med å kjøpe det hadde vi jo liksom sett på i veldig, veldig mange år. Men det til side når det opna seg sånn så vurderte vi det slik at dette huset så spennande ut, men det hadde ikkje hjelpe om det huset så spennende ut om det ikkje var for Baroniet tror jeg».
(Informant 4.1)

«Ja og Galleri Guddal, at det var en levende kulturbygd rett og slett» (Informant 4)

Det var påfallande mange som nytta ord som unikt, magisk og merkevara når dei snakka om Rosendal. I samtale med utviklingsagentane handla dette i stor grad om at Rosendal er ei merkevara og at dette i stor grad heng saman med Baroniet og dei aktivitetane som vert generert her.

«Rosendal er jo en merkevare i seg sjølv og det følger jo av baroniet» (Informant 10)

I samtale med tilflyttarar var dette noko som var litt vanskelegare å få tak i meininga bak. Den kreative klasse søker seg gjerne til autentiske stadar (Andersen et al 2010A) og det kan verka som at Baroniet Rosendal er med på å definera bygda som ein unik eller autentisk stad.

«men her er en liten sånn grad av noe litt sånn som vi ikkje klarer å sette ord på, det er noe med Rosendal som appelerer. Helt siden eg tok deg med i ungdommen for første gang har dette alltid vert et sted vi har lengtet tilbake til. (.....) Men vi var ikke på jakt etter noe at vi skulle flytte på landet. Det var ikke noe bevisst. (..) Vi reiste jo hit støtt og stadig. (...). Dette blir jo litt abstrakt då. Men det er akkurat som Rosendal gjør noe med noen som gjør at du blir ikkje fri. Du må tilbake. Noe du ikke helt kan definere men som du må tilbake og undersøke igjen og igjen. Og hver gang vi hadde vert her så hadde vi en opplevelse av noe spesielt og. Når vi fikk den hytten ble det bare forsterket ytterligere og ytterligere. Det var stemningen og summen av alt som er her» (Informant 4)

Fleire av informantane trekk også fram kulturlandskapet som viktig i denne samanhengen.

«Ja det er kulturen og kulturlandskapet og dramatikken i kontrastane. Veldig dramatiske fjell også har du det litt meir strigla. Det er ein enorm kontrast og det opna kulturlandskapet er jo veldig vakkert. Hadde det ikkje vore for Baroniet så hadde

vel heile greia her vert byggefelt. (...)Så trur eg det er litt den følelsen. Det er først når de gå i Baronihagen at de ofte sier det. For da får du den kontrasten også får du de store trea som gir energi. Eg trur nok dei kjenner på den energien eg».

(Informant 1)

Andre trakk fram natur og landskap i kombinasjon med kultur og særleg vart Baroniet Rosendal trekt fram. Eg har kapittel 2 peika på korleis ein stad kan gje kulturlivet meining, og at kulturlivet skapar og gjenskarar stadar (Aagledal 2009). Baroniet Rosendal representera ei historie som på mange måtar skil seg ut i Norsk samanheng. Aktiviteten på Baroniet kan vera med å underbyggja og gjenskapa Rosendal som ein adeleg stad, samstundes som slottet i seg sjølv gjer ekstra meining til dei kulturaktivitetane som føregår her. Det kan sjå ut som at Baroniet Rosendal er viktig for Rosendal sitt image og medverkar til at nye tilflyttarar opplev Rosendal som ein autentisk stad. Ein av informantane uttrykkjer følgjande på spørsmål om kva det er som er så unikt med Baroniet Rosendal:

«Ja på grunn av at det er slottshistorie liksom, det er jo så unikt. Det er jo liksom, ja veldig unikt til å vera Norge. Vi har jo ikkje noko sånn adel eller. Det er jo bondestand og fiskarar. Det er jo den historien vi har, men akkurat det med den historien med slottsbakgrunn synest eg er veldig sånn unikt(...) Og at ei sånn liten bygd kan satsa på den kammermusikkfestivalen da og er jo utruleg tøft då, at ein er kommen så langt. Det er jo ein historie bak det. Eg vil jo tru at dei hadde sånn, dei har jo sikkert drive med sånn musikk her.» (Informant 3)

For andre var det dei flotte mulighetene naturen baud på i samband med friluftsliv som var viktig.

«Rosendal har noe av det man i Oslo er villig til å kjøre i 4 timer for. Mens her har du mulighet for å spise frokost med familien og så stikke på tur og komme hjem igjen og så hente i barnehagen. Viss du har frihet til å dra på tur på dagen. Og det er en verdi som jeg tror er et veldig viktig kulturellt innskudd i lokalsamfunnet og lokalmiljøa her i Kvinnherad og som jeg registrerer at lokalbefolkninga er litt blasert for»

(Informant 5)

Forskinga på Kulturleia utviklingsstrategiar peikar på at kultur og fritidsaktivitetar er relevante satsingar i arbeidet med å auka tilflyttinga, medan satsing på kulturelle prestigeprosjekt vil vera viktige verkemiddel for å trekkja til seg turistar (Horrigmo 2011).

Det som nye tilflyttarar oppgjer som flyttemotiv stemmer i større grad med dei kulturleia utviklingsstrategiane en det eg finn hos tilbakeflyttarane. Rosendal er, som vi har vore inne på, særleg kjend for vakker og dramatisk natur og institusjonar som Baroniet Rosendal og Galleri Guddal. Dette er typiske trekkplaster for turistar, men funna kan tyda på at dette også kan ha ei viss betydning for flytteavgjerdsla til folk, særleg med tanke på at det gjerne er besøk på desse stadane som turist, som har gjort dei kjent med bygda. Informant 1 uttrykkjer dette slik:

«Men viss du ikkje kjem her frå så kjem du kanskje fyrste gongen hit som turist eller kanskje du kjem for at du skal på ein festival, eller du skal på ein konsert på Baroniet så tar du nokon dagar ekstra. Så blir du bergtatt av plassen også begynner du å kjenna på ein følelse av at det er noko godt her. Her har eg lyst å vær». (Informant 1)

I motsetning til hos tilbakeflyttarane ser vi at den kvalitativt høgverdige «finkulturen» og den konsumorienterte kulturen med Baroniet Rosendal og Galleri Guddal, saman med kulturlandskapet, knytt til det samfunnsvitenskaplege kulturomgrepet, er viktige faktorar for dei nye tilflyttarane.

4.2.3 Kva er viktig for at tilflyttarar skal trivast og bli buande i Rosendal

På spørsmål om korleis det å flytta til Rosendal svara til forventningane dei hadde på førehand kjem det fram eit veldig klart skilje mellom tilbakeflyttarane og nye innflyttarar når dei snakkar om å danna seg nettverk og få vener. Litt overraskande opplevde tilbakeflyttarane dette som vanskeleg, medan dei nye innflyttarane la vekt på kor godt dei vart tekne imot og fekk nye vener.

«Og vi føler i motsetning til mange som kommer herfra. Når de kommer tilbake har eg hørt litt ulike historier om hvordan de blir tatt imot. For da er det allerede de gamle gjengene, de er litt lukket. Mens vi har opplevd å bli veldig godt tatt imot. Men eg ser vi er aller mest med de som har vert ute og kommet tilbake, altså andre tilflyttere. Det er mest de vi har å gjøre med egentlig» (Informant 4)

Fleire av tilbakeflyttarane la vekt på at dei hadde forventningar om at dei skulle ta opp gamle venskapsrelasjonar, men opplevde at dei «gamle venene» var opptekne med nye relasjonar og nettverk.

«Denne historien har eg fortalt fleire gonger men det er litt sånn at ein, sjølv om ein veit at verden er forandra frå sist ein budde heima så tar ein litt automatisk feil med å

tru at eg kjenner jo folk som bur her så eg blir sikkert automatisk med på ting. Men det blir ein faktisk ikkje, det er heilt forståelig for folk har gjerne budd her i 10 år og fått heilt andre liv enn når eg var her, og var russ. Livet er jo heilt annleis, forandra»
(Informant 8)

Både nye tilflyttarar og tilbakeflyttane eg snakka med peika vidare på at dei i dag var del av nettverk som hovudsakleg bestod av andre nytilflyttarar.

«Først og fremst var det dette med relasjonar og det nettverket som eg faktisk trodde at jeg hadde da. Så jeg har holdt kontakt med tre venniner gjennom 14 år i Oslo og etter jeg flytta hjem så har jeg ikke hatt kontakt med de. Så det var veldig sånn, litt sånn underlig. Men jeg fikk meg nytt nettverk. «Trine» flytta jo hit samtidig også ble kjent med andre» (Informant 6)

Sørli (2009) trekk fram at særleg i distrikta er sosiale relasjonar viktige motiv for at folk blir buande og ikkje flyttar frå staden. Sjølv om tilbakeflyttarane trudde dei hadde eit nettverk når dei kom flyttande, var det svært påfallande at slik var det ikkje. Også dei hadde behov for å bli kjent med nye folk og danna nye sosiale relasjonar. Dette kan tyda på at det vil vera fornuftig å føra ein kulturpolitikk som stør opp om sosialt fellesskap, identitet, tilhøyra og nærleik der kulturaktivitetar og kulturtiltak med utspring i frivillig arbeid spelar ein viktig rolle for møtestadar for felles aktivitetar, sosialt samvære og informasjonsutveksling (Festervoll, 1994). Dette er den kulturpolitikken som dei fleste kommunar har tradisjon for å føra (Hylland & Mangset, 2017) og som Lysgård (2015) trekk fram som fornuftig å satsa på i rurale lokalsamfunn.

Fleire av informantane framheva at det å delta aktivt i kulturlivet er vel så viktig for dei, som at det er eit godt konsert eller teatertilbod å gå på. Ser ein bort frå aktiviteten på utestadar, Baroniet Rosendal og Galleri Guddal er det mesta av kulturaktiviteten i Rosendal dagnadsbasert og tett knytt opp til det utvida kulturomgrepet. Fleire av informantane trekk fram at det å være ein del av dette er svært positivt og viktig, og at det er medverkande til at dei vert integrert og får nettverk som tilflyttarar.

Ein av informantane peika på at det å vere med å skapa og arrangera ting var viktig for trivsel.

«Ja og det og er jo viktig for meg at eg får vera med i kyrkja og soknerådet. At eg får vera med og arrangera ting. For det er sånn som eg synst er veldig kjekt då. Vi har jo

hatt Bjarte Leithaug her og. Det å få lov å vera med å laga ting sjølv då. Det synst jo eg er utruleg gøy. Å invitera andre til å vera med å laga» (Informant 9)

Medan andre trakk fram at deltaking i kulturaktivitetar var ein viktig arena for å bli kjent med folk:

«Og det med festivalen og. Når du er med å bygge. Det er og ein måte å bli kjent med folk. Når du melde deg som frivillig så blir det og ein måte å bli kjent med folk».
(informant 1)

Andre la vekt på at det å bli sett på som ein ressurs betydde mykje for dei i forhold til trivsel.

«Det jeg synst var veldig berikende ved å flytte til Rosendal var at vi ble sett på som ressurser og ble spurt om å være med i. En veldig viktig del av integreringa var å få lov å få delta i kulturlivet å bli sett på som en ressurs. For det er ikke automatikk i når du bor i en større by hvor ting er veldig etablert, nettverkene er veldig etablert og du må jobbe litt for å komme inn. Og i et lite miljø, eller her i Rosendal så opplevde jeg at det å komme inn i lokalmiljøet tok veldig kort tid og folk var veldig interesserte og de fanga jo opp at vi og var veldig interessert i å være med og det gjorde at vi ble veldig fort tatt inn og tatt imot på en utrolig open og god måte». (Informant 5)

Florida (2002, 2003) hevdar vidare at eit mangfald av aktivitetar og tilbod innanfor sport, idrett og kultur er viktig for at den kreative klasse skal slå seg ned på ein stad. Det verkar å vera stor semja blant informantane om at Rosendal har eit godt og variert kulturtilbod. Informantane eg snakka med framheva både dei konsumorienterte kulturaktivitetane, men her vart også dei kulturaktivitetane som kjem innunder det utvida kulturomgrepet trekt fram.

«På sommerhalvåret er det jo kjempebra i Rosendal og høyt nivå på det. Og Festidalen som alle er med på, alle har en rolle på festidalen, det er jo fantastisk. Kommunen lager sin egen kulturhappening hvor alle er deltagende det er jo imponerende. Og jeg tenker det nivået som er på kammermusikkfestivalen er jo imponerende» (Informant 5)

Det er fleire av informantane som peikar på at dei nyttar seg av dei tilboda som finst i større grad en dei gjorde når dei budde i byen.

«Nei det var større mulighet til å benytte seg av kultur og natur og kulturelle tilbud her en det var i Oslo, når du er alenemamma og bor i Oslo med dårlig økonomi. FLAT OUT for å si det sånn» (Informant 6)

Det vert peika på at det er eit godt tilbod for born til å delta på fritidsaktivitetar. Ingen av dei eg snakka med hadde undersøkt eller lagt vekt på dette i flytteavgjerdsla, men var klar på at det var viktig for dei med eit variert tilbod.

« Det er kjekt at det er litt forskjellig at alle kan finna ting dei trivst med. Sånne som «Per» f.eks ein periode gjekk jo alle dei andre gutane hans i fotball, men «Per» ville ikkje begynna. Han ville ikkje gjera på nokon ting, og han likte ikkje fotball, har aldri likt fotball seier han, eller høvstfall ikkje sånne organisert. Men så høvstde han om Judo og det ville han begynna på og trivst kjempegodt. Så det at det er ulike ting at alle kan finna ein ting som dei trivst med, visst det bare hadde vore fotball så hadde han kanskje bare blitt gåande» (Informant 7.1)

Kvinnherad kommune har kulturskulesenter på Husnes som er 30 min. køyring frå Rosendal som også har eit desentralisert tilbod slik at born skal få moglegheit til å delta på undervisning i nærmiljøet sitt. Fleire av informantane eg snakka med la vekt på det gode kulturskuletilbodet. Informant 4 og 4.1 peika på dette som svært viktig for at dei vart verande:

Men kulturskuletilbudet det har vert veldig viktig for oss for å bli værende (Informant 4.1: Ja eg tror det) at ungene får en god oppfølging på estetiske fag. (Informant 4)

Det kom og fram at desse aktivitetane var ein arena der ein kunne knyta nettverk, noko som er i tråd med Festervoll (1994) sin analyse av kultur sin rolle som møtestad.

«Også er det jo det med korleis kulturen kan inkludera oss. Så der det jo det at sjølv om vi likar baroniet og vi likar det som skjer der så er det ikkje på grunn av Baroniet vi har fått gode, nære venner. Og gode nære venner betyr jo eigentleg at vi er her fortsatt. Men dei vennene vi har er jo faktisk innflyttarar og faktisk. Altså alle dei vi er med er innflyttarar meir eller mindre. (...) Nokon vart eg jo kjent med fordi at (...) var frivillige på Rosendal mat og kunstfestival ein sommar. (...)Så då vart vi kjent med dei. Så det var heilt naturleg at vi vart venner med dei seinare og når dei flytta hit. (.....) Så det er jo gode nære venner som gjer at du verkeleg føler deg heima ein plass. Men det er jo klart at du treng dei møteplassane for å ha ein større omgangskrets» (informant 9)

Fleire nye tilflyttarar peika på at det er vanskeleg å få oversikt over alle tilboda og at det kan gjera det vanskelegare å involvera seg i dei aktivitetane som finst. Ein informant seier dette på følgjande måte:

«Det er ikke ett sted som jeg kan gå til som er oppdatert. Vi hadde «time out» i Oslo som viste alt som skjedde. Nei, her må du gå til Finn Kvinnherad og alle mulige informasjonskanaler som alle synst er veldig vanlege. Nei det står på Trio sin nettside og det må du finne på Facebookdelen til Trio og det må du finne på denne siden, også har du en kommunenettside som er helt utdatert» (Informant 5.1)

Ein av utviklingsagentane som også er tilflyttar til bygda peikar på viktigheta av å informera om ting som skjer, og væra klar over at det som er sjølvstøtt for lokalbefolkninga ikkje nødvendigvis er like intuitivt for nye tilflyttarar.

«Ja det som har vore min kjepphest som tilflytter da. Det går på det med integrere og...når det første året skulle være Kvinnheradløp og det stod i avisa at det påmelding fra 11.00 og da kom jeg kl. 11.00 med barna mine og da var jo halvparten kommet i mål. Da hadde jo de begynt klokka 10.00, for de visste jo alle. Men det stod jo ikke i avisen. Og jeg ble jo så provosert. Også det der med hvor det er oppmøte hen, så står det at det er oppmøte ved gamlebanken står det i avisen sant. Så det er en del ting man må tenke over som ikke er en selvfølge, så må man informere om for at du skal vite om når og hvor ting skjer. Så det er en del sånne ting som man kanskje skal være bevisst på.» (Informant 13)

Det ser ut som at dei skapande og dugnadsbaserte kulturaktivitetane knytt til det utvida kulturomgrepet er viktige for å auka trivselen til tilflyttarane og fleire peikar på at det er eit godt tilbod. Å gjera kultur og aktivitet tilgjengeleg for tilflyttarar gjennom godt informasjonsarbeid kan vera med på å skapa eit ope samfunn der tilflyttarar i større grad kjenner seg velkomne. Det kan synast som eit lika viktig verkemiddel i denne samanheng som det å stimulera til eit utvida tilbod.

Florida legg vekt på at toleranse er viktig for stadar som vil trekka til seg fleire menneske og definera dette som openheit, evna til å inkludera og mangfald av etnisitetar, raser og levestad (Andersen et al 2010A) Rosendal er eit samfunn med liten grad av etnisk mangfald, ein av informantane som flytta frå eit fleirkulturelt miljø i Oslo til Rosendal beskriv overgangen slik:

«Det er jo fyrst og fremst takhøyde og at barna har det som en naturlig del av livet sitt at her er det folk frå alle forskjellige nasjonalitetar, og tenker ikke over det en gang, at det er det det er. At det er helt naturlig. Og ingen gjør det samme, men alt er like kult. Om det er fritidsaktivitet eller om en feirer jul eller ikke, eller om en feirer påske eller ikke, så er det litt sånn å ja nei dere gjør ikke det nei, men det gjør vi, eller

åja dere har ikke TV hjemme, men det er mange som ikke har. Eller du har 2 mammaer eller to pappaer eller sånne type ting da, blir bare helt naturlig. Så å flytte hit så lurte de jo på hvor alle de brune menneskene var blitt av. Og hvorfor blir de redde Mamma, det kom en brun mann på skoleplassen vår og ble de helt stive og jeg tenkte at så kjekt en brun mann, endelig. Også ser du da reaksjonen til de andre også blir hun helt forvirra. Hva er det som er skummelt med han liksom. Hun har jo hatt det som barnehageonkel, en lærer på skolen eller en tilsett på SFO eller ja, og de har vert veldig gode trygge voksenpersoner for henne» (Informant 6)

Det vart likevel peika på at Rosendal er ei open bygd og dette vart sett i samanheng med at det er eit bredt kulturtilbod i Rosendal som trekk mange turistar.

«Det betydde veldig mykje. Vi hadde ikkje flytta til ein plass bare på grunn av at det var fin natur. Det måtte vere til ein plass der de var interesserte i Kultur og så synst eg at når du kjem til ein plass som har vert vant med å ta imot folk i lang tid så finner du eit opnare samfunn, og det slo oss veldig». (Informant 1)

Det vart også peika på at det var eit mangfald av ulike menneske

«Men vi ble jo veldig positivt overasket over hvor mange folk. Du som er jo med på spilling. Her er jo musikkere, her er jo kunstnere. Det er veldig mangfoldig og det har økt trivselen veldig». (informant 4)

I tråd med Florida (2002) sine teoriar stadfestar informantane på mange måtar at det er viktig for dei med openheit og toleranse. Dei set ikkje, som Florida (2002), dette i samanheng med eit mangfald av etnisitetar, men med det faktum at Rosendal er ei turistbygd som er van med å ta imot menneske og at det er ein stad med mange ulike menneske og interesser. Vidare spelar det det lokale kulturlivet som er prega av dugnadsånd og lokal skaparkraft ein viktig rolle som møtestad og for at tilflyttarar skal føla seg velkomne.

Eit pulserande gateliv med mykje energi er viktig for den kreative klasse (Hauge & Skålholt, 2009) Det var fleire av tilflyttarane som syns det var viktig at det var eit sentrum i Rosendal. Dei trakk fram at det var bra at ein kunne gå på kafé, sjølv om nokon skulle ynskja at det var litt meir og velja i.

«Det var og veldig viktig for oss at det var et lite sentrum her nede. Eg trur ikkje eg hadde klart å komma til ein plass der det bare var ein matbutikk. Det måtte vera noko litt sånn puleserande følte eg. Det er litt urbant det" (Informant 1)

Fleire var opptatt av moglegheit å gå ut i helgene og trakk fram Snikkeriet som hadde ope med levande musikk kvar helg og Rosendal turisthotell som hadde ulike typar arrangement.

«Viss det ikkje hadde vore kafé i Rosendal. Viss det ikkje hadde vore nokon kafé eller restauranttilbud så trur eg at eg hadde følt at Rosendal er veldig lite og kva skal ein gjer på her liksom. Så for min del har det veldig mykje å sei (...) Og sånn som snikkeriet og. Det at dei har opent kvar helg. Det er så viktig det å veta at ein har mulighet til å gå ut. Eg er ikkje der kvar helg liksom. Eg er der av og til. Men det gjere heile forskjellen. Bare det og veta at det er der og det å kosa seg me å ein gang i blant ta ein tur ut der. Det er bare sånn herre gud vi er midt i denne vetle bygda her men det er masse folk ute liksom, og det er livemusikk og. Det er bare sånn at her kan ein vera, her kan ein bu». (Informant 8)

Rosendal har eit godt og bredt kulturtilbod særleg gjennom sommarhalvåret. Dette er kulturtilbod der ein deltek som tilskodar eller konsument. Det er interessant at informantane ikkje bare legg vekt på at dei er tilskodarar eller konsumentar, men i stor grad trekk fram at det store tilbodet bidreg til at det blir ei open og levande bygd som inspirera til skaparglede.

(...) Eg kan godt reisa vekk for å oppleva ting og. Eg har ikkje sånn behov for at det skal skje noko sånn heile tida og det er veldig mange av dei arrangementa som skjer i Rosendal som ikkje interesserer meg. Men det er likevel den følelsen av at ting ikkje står stille der då. Bygdo er i bevegelse då og folk tar tak og engasjerer seg og arrangerer ting og sånn. Det gjer at det er god stemning der. Det gjer det til ein attraktiv plass. Ein treng ikkje gå på alt. Liksom. Ja det er ikkje alle kulturarrangementa som treff meg altså. Men likevel, bare det å kjenna på at her skjer det litt ting det er veldig deilig. Og å veta at det er ein plass der ein sjølv kan arrangera ting og at det er ein kultur for å dra på ting, det er ein kultur for at folk er nysgjerrig på det som skjer. Folk sit ikkje bare heima. Så det er heilt klart kjempeviktig. Kultur på ein liten plass, det er det som gjer det mogleg tenkjer eg. Å vera der, for oss som søkjer oss mot kunst og nye impulsar og utfordringar og læra ting på ein måte. (Informant 8)

Ser ein bort frå at arbeid er det viktigaste motivet og den utløysande faktoren for at folk tar steget og flyttar til Rosendal er det andre motiv som er avgjerande for at ynskje om å flytta oppstår. Sjølv om tilbakeflyttarane utrykkjer begeistring for både naturen og kulturlivet i Rosendal ser det ut til at det er motiv knytt til tilhøyra og familie som er motiverande for deira

flytteynskje. Hos gruppa med nye tilflyttara ser det ut til at kultur er ein viktig medverkande faktor for ynskje om å flytta. Det er den konsumorienterte «finkulturen» og kulturlandskapet knytt til det samfunnsvitskaplege kulturomgrepet som ser ut til å verka inn på denne gruppa sine flytteynskje. Ut frå dette kan det sjå ut til at Florida (2002,2003) sine teoriar om toleranse, openheit og «teritorial assets» er mest relevant knytt til tilflyttargruppa, medan flytteforskinga (Sørliie 2009) stemmer godt med det som tilbakeflyttarane oppgjer som grunn for sine flytteynskjer.

I samband med kva som er viktig for tilflyttarane skal trivast og bli buande på staden er gruppa meir samstemt. Dei legg alle vekt på sosiale nettverk og eg har i denne undersøkinga vist at kultur kan fungera som gode møtestader for å skapa sosiale relasjonar. I denne samanhengen er det i stor grad kulturaktiviteten knytt til det utvida kulturomgrepet med den skapande og dugnadsbaserte kulturen saman med aktivitetar for born og unge skapt gjennom frivillig lags og organisasjonsliv og kulturskule som ser ut til å vera viktig. Ein kulturpolitikk som samsvarar med det utvida kulturomgrepet (Vestrheim, 1995), som er i tråd med kulturpolitikken som til vanleg vert ført i kommunane og som handlar om frivillig arbeid, amatørverksemd, organisasjonsliv og arena for kulturaktivitetar (Mangset & Hylland, 2017) og som også Lysgård (2015) tek til orde for vil vera fornuftig i rurale lokalsamfunn ser ut til å spela ein stor rolle for at tilbakeflyttarar og nye tilflyttarar finn nettverk og skapar sosiale relasjonar som er viktig for at folk vert buande.

4.3 Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal?

Griffith (1995) peikar på korleis dei ulike kulturleia strategiane reflekterer ulike politiske prioriteringar, ulik bruk av kulturomgrepet og ulik vektlegging av det romlege. Eg vil i det følgjande sjå på funna i analysen over i lys av kulturomgrepet og i forlenginga av dette sjå på Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal? .

Lysgård (2015) tek til orde for at det på rurale småstader kanskje vil vera meir fornuftig å satsa på ein kulturpolitikk som er i tråd med det utvida kulturomgrepet som fokusera på samfunnsbygging, sosial deltaking, lokal identitet og demokrati framfor å la seg inspirera av dei kulturleia utviklingstrategiane som handlar om kulturindustriar, stadsmarknadsføring og spektakulære opplevingar. Eg har i denne undersøkinga vist at ein kulturpolitikk som Lysgård

tek til orde for er viktig for folk sin trivsel. Det inkluderande, skapande og demokratiske kulturlivet er viktige møtestadar og har ein viktig funksjon i samband med nettverksbygging og i forlenga av dette folk sin trivsel. Ein vellukka politikk for å trekkja til seg nye innbyggjarar handlar også om at dei som kjem flyttande trivst og vel å bli verande på staden.

Sjølv om ein kulturpolitikk basert på det utvida kulturomgrepet ser ut til å ha betydning for folk sin trivsel, finn eg ikkje at dette er ein kulturpolitikk som har særleg relevans i samband med å nytta kultur som politisk verkemiddel i arbeidet med å trekkja til seg nye innbyggjarar. Det er arbeid og i nokon grad tilgang til bustad som er den utløysande faktoren for folk sine flytteavgjersler. Likevel meina eg å ha vist at kultur kan spela ei rolle i forhold til å gjera Rosendal attraktiv for nye tilflyttarar utan familietilknytning til staden. Dei kulturaktivitetane som kan medverka til at ynskje om å flytta oppstår er knytt til dei kulturleia utviklingstrategiane og den konsumorienterte kulturen med kvalitativt høgverdige kulturuttrykk, rom for gode sports og helseaktivitetar og eit levande og pulserande gateliv. Dette peikar på at ein kulturpolitikk med mål om å gjera seg attraktiv for nye innbyggjarar i større grad må konsentrera seg om meir profesjonelle kulturinstitusjonar og arrangement basert på kulturelt konsum og tilrettelegging for t.d. friluftsliv, framfor deltaking. I tillegg vil det vere fornuftig å stø opp under kafè og utelivsbransjen, noko som tradisjonelt ikkje har vore eit tema for kulturpolitikken.

Eit ytterlegare argument for å via merksemd til den konsumorienterte kulturen er at desse kulturaktivitetane har betydning for turiststraumen, noko som igjen er med på å oppretthalda kafé og utelivsbransjen. Truleg er det ein gjensidig avhengighet mellom dei konsumorienterte kulturaktivitetane, tilstrøyminga av turistar og nye tilflyttarar.

Publikumsretta kulturaktivitetar og eit levande kafè og uteliv i eit lite lokalsamfunn vil vera avhengig av ei viss tilstrøyming av turistar for å oppretthalda tilbodet. Dei aktivitetane som trekk turistar, ser ut til å vere dei same som er medverkande til at nye tilflyttarar ynskjer å flytta til Rosendal

Eg har vist til at Rosendal har eit potensiale for å trekkja til seg kunstnarar og også her ser det ut til at dei konsumorienterte kulturaktivitetane spelar ei viktig rolle for at dei kjem til bygda. I arbeid med å leggje til rette for at det skal komma endå fleire kan det vere fornuftig å ta i bruk tradisjonelle næringspolitiske verkemidla som å leggja til rette med lokale, nettverksbygging og skapa tillitsband mellom kunstnerarar og næringslivet elles.

Til trass for at eg her har peika på at den kvalitativt høgverdige «finkulturen» og tilrettelegging for meir individretta og eigenorganisert aktivitet vil vere fornuftig i samband med å trekkja til seg nye innbyggjarar til små lokalsamfunn og i dette tilfellet Rosendal er det viktig å peika på at det ikkje vil vera klokt å leggja til rette for slike satsingar til fordel for den kulturpolitikken som i større grad baserar seg på det utvida kulturomgrepet. Denne kulturen er viktig for at både nye tilflyttarar og tilbakeflyttarar finn seg til rette, skapar nettverk, lokal identitet og trivst på staden og blir verande. Ein vellukka politikk for å trekkja til seg nye innbyggjarar må også sørge for at dei vert verande.

5 Oppsummering

I denne oppgåva har eg undersøkt korleis nyttast kulturomgrepet og kulturstragiar nyttast i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis potensialet i slike strategiar vurdert, samt kva som er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis er dette knytt til kultur som motiv for å flytta. Vidare har eg drøfta dette i lys av hovudproblemstillinga «Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal?» Hovudfunna vert her presentert i 3 avsnitt.

5.1 Hovudfunn

Frå analysen kan eg trekka fram 4 forskingsfunn som bidrar til betre forståing av korleis kultur kan vere eit relevant verkemiddel i arbeidet med å auka tilflyttinga til Rurale lokalsamfunn, og i dette tilfelle Rosendal

Korleis nyttast kulturomgrepet og kulturstrategiar i lokalt utviklingsarbeid i Rosendal og korleis vert potensialet i slike strategiar vurdert?

Rosendal ser ut til å ha eit potensiale for å bruka og marknadsføra kultur for å trekkja til seg kunstnerarar og andre innanfor kreativt virke, turistar og nye innbyggjarar. Kulturtilbod særleg knytt til «finkulturen», representert med institusjonar som Baroniet Rosendal, er viktige i denne samanhengen. I samband med å trekkja til seg kunstnerarar og andre innanfor kreativt virke vil både dei produksjonsorienterte og dei konsumorienterte strategiane vere relevante. Vidare har Rosendale eit potensiale for å bruka kultur til å trekkja til seg turistar og fastbuande. Det er dei konsumorienterte strategiane som her må takast i bruk. Turistar vert trekt til bygda på bakgrunn av dei opplevingsbaserte næringane, det ligg eit potensiale for å vidareutvikla desse med sesongutviding av institusjonane nemnd over og utvikling av nye opplevingsbaserte næringar knytt til lokal kulturarv og kulturmiljø. Turismesatsing vil truleg ikkje ha direkte innverknad på auka tilflytting med mindre dei same satsingane også bidreg til å trekka til seg nye tilflyttarar. Til slutt har eg synt at det ligg eit potensiale i å trekkja til seg nye innbyggjarar på bakgrunn av stadspesifikke kvalitetar knytt til kultur.

Kva er utløysande og potensielle flyttefaktorar for tilflyttarar til Rosendal og korleis er dette knytt til kultur som motiv for å flytta?

Arbeid og til dels gode kommunikasjonar ser ut til å vera den utløysande faktoren for flytteavgjerdsla, men folk flyttar ikkje folk til Rosendal for ein attraktiv arbeidsmarknad. Arbeid er noko som må på plass før endeleg avgjersle kan tas, det andre faktorar som løyser ut ynskje om å flytta til Rosendal.

Familie og opplevd nettverk ser ut til å vere viktige faktorar for at tilbakeflyttar ynskjer å flytte til Rosendal. For nye tilflyttarar har kultur saman med natur og vakre omgjevnader stor betydning for ynskje om å flytta til Rosendal. Det er kultur knytt til det verdiorienterte kulturomgrepet som ser ut til å ha denne verknaden. Vidare er det grunn til å anta at dei kulturinstitusjonane og kulturutrykka som bidreg til at nokre menneske ynskjer å flytta til Rosendal også bidrar at bygda får ein identitet som ein autentisk stad. Det er kulturen som bidreg til å gje staden identitet samstundes som staden med sine autentiske miljø er med på å gje kulturlivet mening. Vidare ser det ut til at den skapande og dugnadsbaserte kulturaktiviteten, som er dei kultursatsingane kommunen tradisjonelt satsar på og er opptekne av er viktig for at både nye tilflyttarar og tilbakeflyttarar skal trivast og bli værande i Rosendal. Også eit levande gateliv med kafear og uteliv ser ut til å vere viktig for at folk trivest i bygda. Dette er noko som på mange måtar ligg utanfor det som tradisjonelt har vore ein del av kulturomgrepet, men som i Richard Florida sine teoriar vert trekt fram som viktig for å auka ein stad sin attraktivitet.

Korleis kan kultur vere eit relevant politisk verkemiddel for å auka tilflyttinga til rurale lokalsamfunn, i dette tilfelle Rosendal?

Det ser ut til at ein kulturpolitikk med mål om å gjera seg attraktiv for nye innbyggjarar må konsentrera seg om meir profesjonelle kulturinstitusjonar og arrangement basert på kulturelt konsum og tilrettelegging for t.d. friluftsliv, framfor deltaking. I tillegg vil det vere fornuftig å stø opp under kafè og utelivsbransjen, noko som tradisjonelt ikkje har vore eit tema for kulturpolitikken. Når det er sagt ser det ut til at ein kulturpolitikk basert på utvida kulturomgrepet og med fokus på deltaking, sosiale relasjonar og dugnad er viktig for at folk skal trivast og bli buande i Rosendal. Ein vellukka politikk for å auka tilflytting må og evna å halda på dei som kjem flyttande.

5.2 Vidare forskning

Framtidig forskning på bruk av kultur som politisk verkemiddel i arbeid med å trekkja til seg nye tilflyttarar burde etter mi vurdering fokusera meir på den kulturpolitikken som faktisk vert praktisert og ført i dei fleste kommunar. Det betyr at ein i større grad må leggja vekt på det som ligg i det utvida kulturomgrepet der fokus er på kultur som arena for deltaking og mobilisering og der sosiale og demokratiske dimensjonar vert prioritert, framfor å leggja vekt på den konsumorienterte «finkulturen», dei masseproduserte kulturprodukta. Slik forskning ville vore nyttig for rurale lokalsamfunn som har heilt andre forutsetningar enn store byar og regionar.

Kjelder

- Aagedal, O., Egeland, H & Villa, M (2009) *Lokalt kulturliv i endring*. Bergen: Fagbokforlaget
- Andersen, K.V., Bugge, M.M., Hansen, H.K, Isaksen, A., Raunio, M. (2010). One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context, *European planning studies*, 18:10, s. 1591-1609, DOI: 10.1080/09654313.2010.504343
- Aure, M., Langset, B. & Kjetil Sørli, K (2011): *Flyttemotiver og bostedsvalg, Nye muligheter til å forstå norske bo- og flytteprosesser*. Henta frå: Plan 5/2011
- Bille, T. (2010) Cool, fynky and creative? The creative class and preferences for leisure and culture, *International Journal of Cultural Policy*, DOI:10.1080/10286630903302741
- Bille, T. (2011) The scandinavian approach to the experience economy – does it make sence?, *International Journal of Cultural Policy*, DOI: 10.1080/10286632.2011.561924
- Festervoll, red (1994) *Moderne tradisjoner Kultursatsing i kommune-Norge*. Oslo: Kommuneforlaget
- Grønmo, S. (2004) *Samfunnsvitenskaplige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS
- Florida, R. (2002) *The rise of the creative class. And how It`s transforming Work, Leisure, Community and everyday life*. New York, Basic Books
- Florida, R (2003) *Cities and the creative class*. Washington. Henta fra <https://creativeclass.com/rfcgdb/articles/4%20Cities%20and%20the%20Creative%20Class.pdf>
- Griffiths, R. (1995) *Cultural stretegies of new modes of urban intervention*. *Cities* 12(4) s. 255-265
- Haradsen, T., Flygind, S.K, Overvåg, K. Power, D. (2004) Kartlegging av kulturnæringene i Norge – Økonomisk vekst og utviklingspotensial. Lillehammer ØF-Rapport nr 10/2004. Lillehammer: Østlandskforskning
- Hauge, A. & Skårholt, A (2009) *Floridas teorier som grunnlag for attraksjon og bolyst Gammel vin på nye flasker eller nøkkelen til regional utvikling? ØF-notat nr. 02/2009* Hamar, Østlandskforskning
- Hauge, A, Alnes, P.K & Skålholt, A (2010) *Hamar – Florida, tur/retur – Fungerer Floridas teorier om den kreative klassen som verktøy for regional analyser? En pilotstudie, ØF-Notat nr. 01/2010* Hamar: Østlandskforskning
- Hesmondhalgh, D & Pratt, A.C. (2005) *Cultural industries and cultural policy*. International

Hordaland fylkeskommune (2015) *Premiss: Kultur Regional kulturplan for Hordaland 2015-2025*. Bergen: Hordaland fylkeskommune, 2015 Henta frå:
https://www.hordaland.no/globalassets/for-hfk/kultur/hfk_kulturplan.pdf

Horrigmo A.M.J. (2011) *Fornuftig utviklingspolitikk?* Stat & Styring 3-2011, s 40-45

Hjerm, M. & Lindgren, (2011) *Introduksjon til samfunnsvitenskaplig analyse*. Oslo, Gyldendal Norsk Forlag

Jacobsen D.A. 2015: *Hvordan gjennomføres undersøkelser*, Oslo: Cappelen Damm

Kvinnherad kommune (2000) *Kommuneplan for Kvinnherad, Måldokument 1999-2010* Henta frå:
<https://www.kvinnherad.kommune.no/getfile.php/4143717.1216.uuwuaaubkbsmku/Kommuneplan+for+Kvinnherad+1999+-+2010+Samfunnsdel.pdf>

Lysgård, H.K. (2012): *Creativity, Culture and Urban strategies: A Fallacy in Cultural Urban Strategies*, European planning studies, 20:8, 1281-1300

Lysgård, H.K. (2013): *The definition of culture-based urban development strategies: antagonism in the construction of a culture-based development discourse*, International Journal of Cultural Policy, 19:2, 182-200

Lysgård, H.K. (2015): *The “actually existing” cultural policy and culture-led strategies of rural places and small towns*: International Journal of Cultural Policy, 44 (2016), 1-11

Mangset, P (1992) *Kulturliv og forvaltning* Oslo: Universitetsforlaget

Power D (2009) *Culture, creativity and experience in nordic and scandinavian cultural policy*. International Journal of culture policy, 15 (4)

Røyseng, S. (2011) *Kunstnere i kulturnæringens tidsalder. En kunnskapsgjennomgang*. Bergen: Fagbokforlaget

Thaagard, T. (2013) *Systematikk og innlevelse – En innføring i kvalitativ metode*, Bergen: Fagbokforlaget

Vareide, K & Kobro L.U. (2012) *Skaper kultur attraktive steder?*, TF notat 1/2012
Bø: Telemarksforsking

Offentlege publikasjonar

Hordaland fylkeskommune (2015) *Regional plan for attraktive senter i Hordaland – senterstruktur, tenester og handel*. Bergen: henta frå:

https://www.hordaland.no/globalassets/for-hfk/plan-og-planarbeid/regionale-planar/regional-plan-for-attraktive-senter-i-hordaland_web.pdf

Kulturdepartementet (2013) *NOU 2013-4 Kulturutredningen*. Oslo. Henta frå <https://www.regjeringen.no/contentassets/1e88e03c840742329b9c46e18159b49c/no/pdfs/nou201320130004000dddpdfs.pdf>

Kulturdepartementet (2011) *Kultur, inkludering og deltaking*. (Meld. St. 10 2011-2012)
Hentet frå: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld-st-10-20112012/id666017/sec1>

Kultur og kyrkjedepartementet (2004) *Kultur og næring*. (Meld. St. 22 2004-2005)
Hentet frå: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-22-2004-2005-/id407136/?q=stortingsmelding%20kultur%20og%20n%C3%A6ring>

Miljøverndepartementet. (2002) *Leve med kulturminner*. (Meld. St. 16 2004-2005)
Henta frå: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-16-2004-2005-/id406291/>

Samarbeidsrådet for Sunnhordland (Ukjent): *Handlingsplan 2017*. Stord: Henta frå: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pGDvgd6zTz8J:https://samarbeidsraadet.sunnhordland.no/extension/media/682/orig/attachment/Handlingsplan%202017-2.pdf+%cd=2&hl=no&ct=clnk&gl=no>

Bilete

Bilde 1: Kart over Kvinnherad henta frå: <https://kommunekart.com/klient/kvinnherad/kart>

Bilde 2: Bilete av innseglinga til Rosendal (Karen Løvfall)

Bilde 3: Figur (Røyseng, S., 2011, *Kunstnere i kulturnæringenes tidsalder. En Kunnskapsgjennomgang*)

Vedlegg

Vedlegg 1: NSD Godkjenning

Vedlegg 2: Informasjonsbrev til deltakarar i undersøkinga – Tilflyttarar

Vedlegg 3: Informasjonsbrev til deltakarar i undersøkinga – Utviklingsaktørar

Vedlegg 4: Intervjuguide



Hans Kjetil Lysgård
Postboks 422
4604 KRISTIANSAND S

Vår dato: 13.02.2018

Vår ref: 58732 / 3 / HIT

Deres dato:

Deres ref:

Vurdering fra NSD Personvernombudet for forskning § 31

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 26.01.2018 for prosjektet:

<i>58732</i>	<i>Kulturleia utviklingsstrategiar i rurale lokalsamfunn</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Agder, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Hans Kjetil Lysgård</i>
<i>Student</i>	<i>Linda Øen</i>

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er meldepliktig og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av personopplysningsloven § 31. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Vi forutsetter at du ikke innhenter sensitive personopplysninger.

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringskjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 15.06.2018 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

personopplysninger.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Marianne Høgetveit Myhren

Hildur Thorarensen

Kontaktperson: Hildur Thorarensen tlf: 55 58 26 54 / hildur.thorarensen@nsd.no

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Linda Øen, linda.oen@kvinnherad.kommune.no

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 58732

Du har opplyst i meldeskjema at utvalget vil motta skriftlig informasjon om prosjektet, og samtykke skriftlig til å delta. Vår vurdering er at informasjonsskrivet til utvalget er godt utformet, men det må presiseres at alle personopplysninger skal anonymiseres ved prosjektslutt.

Det fremgår av meldeskjema at du skal samle inn og registrere enkelte opplysninger om tredjepersoner. Det skal kun registreres opplysninger som er nødvendig for formålet med prosjektet. Opplysningene skal være av mindre omfang og skal anonymiseres i publikasjon. Så fremt personvernelempen for tredjeperson reduseres på denne måten, kan prosjektleder unntas fra informasjonsplikten overfor tredjeperson, fordi det anses uforholdsmessig vanskelig å informere.

Personvernombudet forutsetter at du/dere behandler alle data i tråd med Universitetet i Agder sine retningslinjer for datahåndtering og informasjonssikkerhet.

Du har opplyst i informasjonsskrivet til utvalget at indirekte identifiserende personopplysninger vil kunne publiseres. Personvernombudet har lagt til grunn at du innhenter samtykke fra den enkelte informanten til publiseringen. Vi anbefaler at hver enkelt informant får anledning til å lese og godkjenne sine opplysninger før publisering.

Prosjektslutt er oppgitt til 15.06.2018. Det fremgår av meldeskjema/informasjonsskriv at du vil anonymisere datamaterialet ved prosjektslutt. Anonymisering innebærer vanligvis å:

- slette direkte identifiserbare opplysninger som navn, fødselsnummer, koblingsnøkkel
- slette eller omskrive/gruppere indirekte identifiserbare opplysninger som bosted/arbeidssted, alder, kjønn
- slette lydopptak

For en utdypende beskrivelse av anonymisering av personopplysninger, se Datatilsynets veileder:

<https://www.datatilsynet.no/globalassets/global/regelverk-skjema/veiledere/anonymisering-veileder-041115.pdf>

Førespurnad om deltaking i forskingsprosjektet

«Kulturleia utviklingsstrategiar i rurale lokalsamfunn»

Eg er student ved fakultet for Samfunnsvitskap ved Universitetet i Agder og arbeidar med ei masteoppgåve der eg vil undersøkje korleis ein kan nytta kultur som verkemiddel for å auka tilflytting til rurale lokalsamfunn. Eg har valt å sjå nærare på Rosendal i undersøkingane mine.

I den forbindelse ynskjer eg å intervjuje personar som har valt å busettja seg i Rosendal. Då du/de er blant dei som har valt å busettja seg i Rosendal ville eg setja stor pris på de/du vil stilla opp til eit intervju.

Spørsmåla vil omhandla kultur som verkemiddel i arbeidet med befolkningsutvikling, motivasjon for å velje Rosendal som bustad og Rosendal sine kvalitetar som stad og bu.

Intervjuet vil ta maks 1 time og vi vil saman bli einige om stad og tid. Det vil i tillegg til notatblokk verta nytta lydopptak for å letta transkriberinga i etterkant.

Studien er meldt inn til personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskaplig Datatjeneste AS (NSD) og oppgåva skal være ferdig våren 2018. Datamaterialet som vert samla inn vil bli lagt på server på privat område som er beskytta med brukarnavn og passord. Det vil bli nytta telefon til lydopptak, denne er beskytta med kode og opptaket vil verta sletta etter ferdigstilling av arbeidet.

I samband med masteroppgåva vil ditt/dykkar namn ikkje bli publisert og det vil så langt som råd tas omsyn slik at de/du ikkje skal kunna kjennast igjen. Vert du intervjuja i kraft av stillinga di kan stillingstittel bli aktuelt å publisere. Det vil ikkje bli spurt om eller publisert informasjon av sensitiv karakter. Alle personopplysningar vil bli anonymisert ved prosjektslutt.

Det er frivillig å vere med i studien og du kan når som helst trekkja ditt samtykke utan å gje opp ein grunn for dette. Dersom du trekk deg vil alle opplysningar om deg verta anonymisert.

Dersom du ynskjer å delta i studien eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Linda Øen tlf. 97067136 eller linda.oen@kvinnherad.kommune.no. Du kan også ta kontakt med rettleiaren min Hans Kjetil Lysgård på telefon 906 53 434

Vedlagt ligg utkast til eit samtykkeskjema som eg vil ha med å be deg skriva under på ved eventuell gjennomføring av intervju.

Beste helsing

Linda Øen

Førespurnad om deltaking i forskingsprosjektet

«Kulturleia utviklingsstrategiar i rurale lokalsamfunn»

Eg er student ved fakultet for Samfunnsvitskap ved Universitetet i Agder og arbeidar med ei masteoppgåve der eg vil undersøkje korleis ein kan nytta kultur som verkemiddel for å auka tilflytting til rurale lokalsamfunn. Eg har valt å sjå nærare på Rosendal i undersøkingane mine.

I den forbindelse ynskjer eg å intervjuje sentrale utviklingsaktørar og personar som har valt å busetja seg i Rosendal. Då du i kraft av ditt verv og/eller stilling er blant dei som kan sitja på verdifull informasjon og tankar kring arbeid med kultur og/eller befolkningsutvikling vil eg setja stor pris på de/du vil stilla opp til eit intervju.

Spørsmåla vil omhandla kultur som verkemiddel i arbeidet med befolkningsutvikling, motivasjon for flyttebeslutningar og verkemiddel knytt til arbeidet med å auka tilflyttinga.

Intervjuet vil ta maks 1 time og vi vil saman bli enige om stad og tid. Det vil i tillegg til notatblokk verta nytta lydopptak for å letta transkriberinga i etterkant.

Studien er meldt inn til personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskaplig Datatjeneste AS (NSD) og oppgåva skal være ferdig våren 2018. Datamaterialet som vert samla inn vil bli lagt på server på privat område som er beskytta med brukarnavn og passord. Det vil bli nytta telefon til lydopptak, denne er beskytta med kode og opptaket vil verta sletta etter ferdigstilling av arbeidet.

I samband med masteroppgåva vil ditt/dykkar namn ikkje bli publisert og det vil så langt som råd tas omsyn slik at de/du ikkje skal kunna kjennast igjen. Vert du intervjuet i kraft av stillinga di kan stillingstittel bli aktuelt å publisere. Det vil ikkje bli spurt om eller publisert informasjon av sensitiv karakter. Alle personopplysningar vil bli anonymisert ved prosjektslutt

Det er frivillig å vere med i studien og du kan når som helst trekkja ditt samtykke utan å gje opp ein grunn for dette. Dersom du trekk deg vil alle opplysningar om deg verta anonymisert.

Dersom du ynskjer å delta i studien eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Linda Øen tlf. 97067136 eller linda.oen@kvinherad.kommune.no. Du kan også ta kontakt med rettleiaren min Hans Kjetil Lysgård på telefon 906 53 434

Vedlagt ligg utkast til eit samtykkeskjema som eg vil ha med å be deg skriva under på ved eventuell gjennomføring av intervju.

Beste helsing

Linda Øen

Samtykke til deltaking i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Intervjuguide

Først litt om bakgrunn for intervjuet og problemstillinga eg har valt.

Introduksjon

1. Kan de/du fortelje litt om Bakgrunn/Motivasjon for å velja Rosendal som bustad
2. Kva arbeidar du/de med og fekk de jobb før de valte Rosendal som bustad
3. Kor lenge de har budd i Rosendal

Tema 1: Kva handlar kulturbasert utvikling om

4. Er det viktig at kommunen satsar på kultur og eventuelt kvifor det?
5. Kva er viktige kultursatsingar i ein kommune og kvifor det?
6. Kva tenkjer du om å bruka kultur i kommunen sitt utviklingsarbeid?
7. Kva er din reaksjon viss eg seier at satsing på kultur vil bidra til å auka tilflyttinga?

Tema 2: Kvifor skal vi bruke det

8. Kan kulturopplevingar inkl. reiseliv og kulturnæringar vera eit alternativ til tradisjonell næringsutvikling?
9. Kan kultursatsingar trekkja til seg kreative menneske som bidrar til verdiskaping?
10. Kan kultursatsingar nyttast for å trekkja til seg turistar?
11. Kan kultur nyttast for å skapa trivsel slik at folk vert buande i bygda?
12. Kan kultur nyttast i konkurranse med andre stader for å gjere seg attraktiv for tilflyttarar?
13. Kan fremjing av lokale kulturinitiativ bidra til å gjera bygda attraktiv?
14. Kan kultur nyttast til å bedra dei sosiale tilhøva i bygda?
15. Kan kultur nyttast til å skapa fellesskap, deltaking og mobilisering?
16. Kva er tilflyttarar sine motiv for å flytta til rurale lokalsamfunn?
 - a. Betydninga av kulturtilbod og moglegheit for dyrking av fritidssystemer
 - b. Betydninga av arbeid
 - c. Betydninga av offentlege tenester
 - d. Betydninga av familietilknytning
17. Trur du kulturtilboda som finnes i Rosendal kan ha betydning for nye innbyggjarar sitt val om å flytta til Rosendal? Eventuelt kva kulturtilbod er av betydning.?
18. Kva rolle spela kulturtilbodet i Rosendal inn på din/dykkar flyttebeslutning
19. I kva grad deltek du i det lokale kulturlivet
20. Korleis er din/dykkar oppleving av Rosendal som stad og bu og samsvarar dette med dei forventningane de hadde på førehand?

Tema 3: Kva tiltak og strategiar er mogleg å velje mellom

21. Kva er etter di meining dei viktigaste verkemidla å ta i bruk i arbeid med å auka tilflyttinga?
22. Eg ynskjer at du tek utgangspunkt i Rosendal. Kva tiltak, strategiar eller satsingar vil du trekka fram som fornuftige dersom kultur skal nyttast som verkemiddel i arbeidet med å auka innbyggjartalet?
 - a. Stadsprofilering i arbeid med å auka tilflytting.
 - b. Utvikling av kulturnæringar som strategi
 - c. Utvikling og satsing på arenaer for kulturarrangement
 - d. Turismesatsing
 - e. Festivalsatsing og andre utviklingsprosjekt
 - a. Styrkja det lokale kulturlivet med fokus på aktivitet, deltaking og dugnadsånd