

Nasjonal eksamen Norges Guideforbund
**LÆRESTOFF OG HENVISNING
TIL EKSTERNE KILDER**



INNHOOLD

SIDE

Guiden	3
Stillingsannonse.....	3
Guidens ulike roller	4
Guiding bygger på.....	7
Norgeshistorie	8
Mål.....	8
Aktuelle tema	8
Eksterne kilder.....	9
Samfunnskunnskap	10
Mål.....	10
Aktuelle tema	10
Eksterne kilder:.....	10
Kunst og kulturhistorie	11
Mål.....	11
Aktuelle tema	11
Norsk malerkunst	12
Norsk litteratur	21
Vertskaps- og relasjons-kompetanse	30
Mål.....	30
Guiding i et relasjonelt perspektiv	30
Kommunikasjon	31
Mål.....	31
Litt teori om kommunikasjon	31
Aktuelle tema	32
Eksterne kilder:.....	32
Formidlingsteknikk	33
Mål.....	33
Formidling.....	33
Rutiner ved ulike guideoppdrag	41
Formidlingsteknikk ved ulike målgrupper – noen tips	47
Det norske reiselivsprodukt	50
Mål.....	50
Reiselivsnæringen.....	50
Organisering av reiselivet	53
Reiselivsorganisasjoner	54
Attraksjoner.....	58
Miljø og reiseliv	64
Lov om pakkereiser og reisegaranti (pakkereiseloven).....	66
Trender 2010 (Kilde: Innovasjon Norge)	67
Trender 2015	68
Opplevelser.....	70
Eksterne kilder.....	70

Guiden

Stillingsannonse

Etter en ide av Gunvor Regine Rishovd, Drammen Museum,
ved NFGs årsmøte 1998.

Guide søkes til variert oppdrag. Kvalifisert søker må ha:

1. gode kunnskaper i lokalhistorie og Norgeshistorie, dessuten kreves godt kjennskap til dagens norske samfunn,
2. solide språkkunnskaper – flytende engelsk og fortrinnsvis ett eller flere andre fremmedspråk,
3. god evne til muntlig fremstilling,
4. sosial intelligens,
5. evne til å improvisere,
6. anlegg for å være i rampelyset uten å være i fokus,
7. ansvarsfølelse overfor sitt publikum og de kunnskaper som formidles,
8. evne til å disponere tiden en har til rådighet,
9. evne til å ta jobben høytidelig, men ikke seg selv,
10. sans for det "norske", uten å være sjåvinist,
11. humoristisk sans, men ta spøk alvorlig,
12. diplomatisk sans, men aldri på bekostning av sannheten,
13. selvsikkerhet, men kunne være hensynsfull,
14. store kunnskaper, men ikke være allvitende,
15. et vennlig og imøtekommende vesen, men kunne holde avstand,
16. god fysisk form,
17. førstehjelpskurs.

Jobben vil innebære uregelmessig arbeidstid. Den vil dessuten innebære et stadig behov for etterutdannelse.

Guidens ulike roller

Som guider er vi en del av det opplevelsesbaserte reiselivet.

Vi skal bidra til forståelse

- av historie og tradisjoner
- av livsstil og miljø
- av kulturelt særpreg

- Vi representerer områdene vi er autorisert for å arbeide i.
- Vi har ansvar for at gjestene føler seg velkomne.
- Vi bidrar til gjestens oppfatning av reisemålet gjennom vår formidling.

A tourist guide is a person who guides visitors in the language of their choice and interprets the cultural and natural heritage of an area, and who normally possesses an area-specific qualification usually issued and/or recognized by the appropriate authority. (Norsk standard NS-EN 15565:2008)

En lokalguide er en omviser og formidler som i tillegg til generell guidekompetanse har særlige kunnskaper på forskjellige områder om sin region. En lokalguide skal gi sann, korrekt og helhetlig informasjon. Informasjonen skal presenteres på en måte som engasjerer og imøtekommer mottakerens behov. En lokalguide skal alltid være oppdatert med sine kunnskaper og yte praktisk bistand og hjelp ved behov.

- Leder/organisator
- Lærer
- Forteller – story teller
- Markedsfører
- Vertskap
- Serviceyter

Lederskap

Styre og lede.

- Tilrettelegge både faglig og praktisk.
- Ansvarlig for gjennomføringen av turen.
- Ha fokus på sikkerhet og trygge rammer rundt turen.

Lederskap – praktiske oppgaver

- Timing – holde tidsskjema.
- Ut og inn av buss – telle.
- Betaling – voucherbruk.
- Samhandle med formidler/oppdragsgiver.
- Følge programmet/bestillingen.
- Håndtering i museene og på andre besøkssteder.

Lærerrollen

- Informere
- Formidle kunnskap/fakta
- Forklare
- Sette i sammenheng
- Gjøre levende og nært
- Engasjere
- Begeistre
- Ikke "belære"

Guide vs lærer, forskjeller

- Ingen læreplan som man må igjennom.
- Mindre homogene grupper enn elevgrupper.
- Vi kjenner ikke gruppen.
- Gruppen må ikke følge med.
- Gruppen er ikke elever, de er turister på ferie, våre gjester!
- Gjestene skal ha en spennende opplevelse.

Forteller

LOGOS: ord, tanker, fornuft

ETOS: troverdighet, ro

PATOS: lidenskapen, følelsene

- Være underholdende
- Ha en god muntlig form
- Bruke de gode anekdotene
- Tenke variasjon i fortellingen
- Alltid sannferdig
- Være til stede i budskapet
- Komme tilhørerne i møte

Forteller/formidler

Skille mellom:

- *Bekrivelse* – hva jeg faktisk ser, opplever
- *Tolkning* – hvordan jeg oppfatter det jeg ser, opplever
- *Mening* – hva jeg syns om det jeg ser, opplever ...

Markedsfører

- Guiden blir oppfattet som en del av "produktet".
- Vi skaper "produktet" sammen med gjesten.
- God guiding fører til gjensalg/-besøk.
- Forsøk å gi "det lille ekstra".

Vertskap

Det gode vertskap er kunsten å få mennesker til å føle seg velkommen.

- Er å vise en aktiv vilje til å ønske mennesker velkommen.
- Være imøtekommende, tjenestevillig og inkluderende.
- Skape en god atmosfære, en opplevelse av engasjement.

Vertskap - betydning

- En kunst som vi kan lære oss å utvikle.
- Vertskap betyr å gi, være proaktiv.
- Se muligheter for å påvirke.
- En aktiv vilje til å ønske mennesker velkommen.

Det gode vertskap

- Er opplevelsen av engasjement.
- Er å føle at noen bryr seg.
- Er å bidra til at noen gleder seg over mitt nærvær.
- Er inkluderende.
- Er gjestfri.

En del av vertskapet er å reflektere over hvordan vi som mennesker kan bidra til møter som berører og skaper verdier.

Vertskap - utfordring

Det er ikke alltid vi klarer å tilby et godt vertskap.

Mennesker vi møter kan oppføre seg på måter som vi har vanskelig for å forstå.

Hindringer kan være stress, redsel, likegyldighet.

Vertskap handler om hvordan vi oppfører oss.

Det er holdninger og verdier som viser seg i våre ord og handlinger når vi møter mennesker.

Vertskap - tjenestevillig

Hva kan jeg gjøre for at du skal ha det bedre i akkurat denne situasjonen?

- Være tjenestevillig.
- Være der for andre.
- Vertskap – helhet:

Den personen som møter gjesten er alltid hele virksomhetens ansikt der og da.

Guiden representerer stedet, landet men også oppdragsgiveren.

Vertskap – ansvar:

- Ta ansvar for situasjonen
- Ta ansvar for gjestens behov
- Være bevisst at det er vårt ansvar å komme gjesten i møte.
- Vertskap – omtenkksomhet:

Omtenkksomhet er selve hjertet i vertskapet. For en god vert skal passe på at alle har det bra.

Det er viktig å møte alle først og fremst som medmennesker.

Vertskap – kunnskap:

- Kunnskap gir oss trygghet.
- Det at vi vet hva vi gjør og hvordan vi gjør det.
- Kunnskap er også evnen til å kunne bruke vår viten for å møte andres behov.
- For guiden er kunnskap et middel til å skape gode opplevelser.

Guide – reiseleder

To ulike profesjoner:

- Guiden er oftest knyttet til et sted eller område.
- Reiselederen følger med gruppen på tur.

Tour Manager - reiseleder

Person who manages and supervises the itinerary on behalf of the tour operator, ensuring the program is carried out as described in the tour operator's literature and sold to the traveler/consumer and who gives local practical information. (FEG)

Tour Escort - transferguide

Representative of a tour operator providing basic assistance to travelers. (FEG)

Guiding bygger på

Kunnskap

Et middel – vite og bruke. For guiden er kunnskap et middel, ikke et mål. Det er evnen til å kunne bruke den kunnskapen man har for å møte gjestenes behov, som er viktig.

Grunnlaget for god guiding:

- solid og bred kunnskap
- oppdatert kunnskap
- må formidles i kontekst
- må ofte forenkles
- må tilpasses situasjonen
- må tilpasses turopplegget
- må tilpasses gruppen
- må være forståelig

Rollebevissthet

Forteller / story teller – vertskap – leder – markedsfører – relasjonsbygger – serviceyter

Praktiske ferdigheter

Fortellerteknikk – formidlingsteknikk

Språk – språkkompetanse

Flytende og idiomatisk korrekt

Norges historie

Mål

Gi kandidatene grunnleggende kunnskaper i norsk historie, med særlig vekt på vikingtid/middelalder, 1814, utvandringen til Amerika, 1905, den annen verdenskrig og den nyere tids historie.

Aktuelle tema

Forhistorie

- Steinalder/bronsealder,
- Helleristninger, bosetting, jordbruk, redskaper

Vikingtid (800 – 1050)

- Ferdene, skipene
- Landnåmet
- Sentrale konger og stormenn
- Samfunn og sosiale forskjeller
- Kvinnens stilling og rolle

Middelalderen/Norgesveldet

Høymiddelalder (1050 – 1350)

- Rikssamling – konger og stormenn
- Kristendommen og kirkens konsolidering
- Borgerkrigstiden

Senmiddelalder (1350 – 1500)

- Pesten/svartedauden
- Kongefellesskap - personalunion
- Margrete (Margrethe I) Valdemarsdatter
- Kalmarunionen
- Norge under dansk styre

Unionen Danmark – Norge

1500-/1600-tallet

- Bondeopprør
- Embetsmannsstyre
- Reformasjonen
- Eneveldet fra 1660
- Trelastindustri/ sagbruk og bergverk
- Byvekst

1700-/1800-tallet

- Napoleonskrigene
- Opplysningstiden
- Gryende norsk patriotisme

Grunnlov og ny union

1800-tallet

- Napoleonskrigene
- 1814
- Kielerfreden
- Riksforsamlingen på Eidsvoll
- Union med Sverige
- Kong Karl Johan
- Industrialisering - skipsfart
- Nasjonsbygging
- Utvandring

1900-tallet

1905

- Unionsoppløsningen
- Kongevalget

1905-45

- Industrialisering
- Første verdenskrig
- Mellomkrigstiden
- Utbygging av helsevesen og sosial omsorg
- Den annen verdenskrig

Etter 1945

- Velferdsstaten
- Industri- og forbrukersamfunn
- Sosial utjevning
- Det flerkulturelle Norge
- Kvinnefrigjøring
- Oljealder og overflod
- Kulturell og politisk omforming

Eksterne kilder

<http://www.norgeshistorie.no/>

Samfunnskunnskap

Mål

Gi kandidatene grunnleggende kunnskaper om det norske samfunn, dets oppbygning og virkemåte, norske politiske forhold, sosialøkonomiske særtrekk og utviklingstendenser.

Aktuelle tema

- Kvinners stilling i Norge
- Nasjonalsymboler
- Næringsliv
- Religion
- Språk
- Styresett
- Utdanning

Eksterne kilder:

<http://www.samfunnskunnskap.no/>

Kunst og kulturhistorie

Mål

Gi kandidatene innsikt i norsk kunst og kulturhistorie. Gi innsikt i norsk kunst og kulturhistorie.

Aktuelle tema

Norge i mediene

Film

Mediebildet

Billedkunst

Stilhistorie (fra nasjonalromantikken til samtidskunst)

Kjente kunstnere

Arkitektur/byggeskikk

Norsk byggeskikk opp gjennom tidene

Bærekraftig utvikling (energiøkonomisering)

Historiske og nye monumentalbygg, -anlegg og områder

Litteratur

Sagalitteraturen

Folkediktingen

Sentrale verk og forfattere fram til vår tid.

Norsk musikk

Klassisk musikk

Folkemusikk

Populærmusikk

Norsk folkekunst

Rosemaling

Treskrud

Bunader

Matkultur

Tradisjonsmat (julemat, brunosten osv)

Hva spiser vi egentlig?

Norsk malerkunst

<http://www.kunsthistorie.com/wiki>

Middelalderen

Av malerkunst fra middelalderen er lite bevart. Det vi har er malerier i kirker, utført til Guds og kirkens ære. Det fremstiller scener og personer fra Bibelen og andre religiøse skrifter. Kunstnerne som var anonyme, la ikke an på å uttrykke egne ideer, som i moderne tid, men malte kirkens og tidens oppfatning av motivene. Noen av de best bevarte maleriene er fra perioden 1250 – 1350. Fra 1350 går produksjonen av kunst i Norge drastisk tilbake. Maleriene som er bevart er stort sett vegg- og takmalerier på tre og mur, malte baldakiner og alterfrontaler. Alt fra kirkebygg.

Antemensaler/Alterfrontaler/Frontaler

Antemensale (av ante og lat. 'bord'), alterbordsforside, av tre eller metall, også kalt alterfrontaler eller bare frontaler. Billedflaten er som regel inndelt i et stort midtbilde og mindre sidefelter med figurer eller fortellende scener. Antemensalene spilte en stor rolle i den nordiske middelalders kirkelige kunst. Vi har bevart ca. 33 malte [antemensaler](#)/alterfrontaler, de fleste fra omkring 1300.



Olavsantemensale fra 1300-tallet viser Olavs drømmer, bønner før han falt på Stiklestad, hans død og helgenkåring.

Fra reformasjonen til 1814 (fra renessanse til klassisisme)

Norsk billedkunst fra reformasjonen til 1814 fortoner seg som provinsiell når den sidestilles med det som skjer i Europa. Det blir mye gjentakelser av komposisjoner, former og farger hvor inspirasjonen opprinnelig kom fra Europa. Billedkunst på 1600-tallet ble hovedsakelig skapt av innvandrede håndverkere. Mange av dem var utdannet i Nederlandene og Nord-Tyskland. En del av dem slo seg ned i Norge for godt. De etablerte seg i byene med sine verksteder, og de dro omkring i landet i forskjellige oppdrag. Kirken var fortsatt en betydelig oppdragsgiver.

Renessanse og barokk ca. 1550-1700

Profanmaleriet, portrettmaleriet og minnetavler (epitafier - epitafium, epitaf (av epi- og gr. grav – ved graven) er det nye i tiden. Menneskene tre frem for oss.

Epitafier er minnetavler over fremstående personer som henges opp i kirker. Vi får epitafier med store gruppebilder, hele familier er ofte avbildet. Etter reformasjonen, i protestantismens kirker, etter at katolisismens mange altere ble fjernet, ble disse minnetavlene en del av kirkenes viktigste utsmykningsgjenstander. Som en følge av renessansens individualisme ble portrett- og familiebilder, ved siden av religiøse og bibelske komposisjoner, de vanlige motivene for slike minnetavler. Høydepunktet er de fem store epitafier som Anders Smith utførte til Stavanger domkirke 1661–80.

Fra 1500-tall, 1600-tallet og 1700-tallet har vi en del portretter og vi får de første landskapsbildene. I Stavanger virket Gottfried Hendtzschel som kirke- og portrettmaler, og i Bergen arbeidet tidens betydeligste maler, Elias Figenschou, som foruten portretter også malte det første kjente norske landskapsmaleriet fra [Halsnøy kloster](#).

Rokokkoen 1700-tallet

Med *rokokkoen* (cirka 1700–90) skjedde en oppblomstring av maleriet knyttet til borgerskapet i byene. Det gjaldt utsmykning av bygninger så vel som portrettoppdrag. I kirkeutsmykning kom den vesentlige innsatsen i treskjæring. Utover i hundreåret oppstod den såkalte [rosemaling](#), med [Hallingdal](#) og [Telemark](#) som kjerneområder.

I portrettmaleri var [Eggert Munch](#) periodens flittigste kunstner, og den best dokumenterte. Hans elev, Peder Aadnes, utførte dekorativ bemaling av møbler og interiører, samt portretter. Mathias Blumenthal virket i Bergen, der han malte portretter og veggmalerier med allegoriske motiver. Berlinereren Heinrich C. F. Hosenfelder virket i [Halden](#), der han var den fremste blant dekoratørene av de internasjonalt anerkjente Herrebøefajansene. Han var også periodens fremste portrettmaler.

Romantikken <https://snl.no/romantikken>

Romantikken er en retning innenfor [filosofi](#), [litteratur](#) og [kunst](#) som oppstod i europeisk åndsliv mot slutten av 1700-tallet. Retningen betegner en [reaksjon](#) mot 1700-tallets ensidige [fornuftsdyrkelse](#) ([Jean-Jacques Rousseau](#)), og søker å knytte forbindelsen med middelalderens livsoppfatning og med det folkelige kulturliv ([Johann Gottfried von Herder](#)).

Maleri etter 1814

Tidlig 1800-tall markerte overgangen fra en malerkunst preget av laugsvesenet, til en fri kunst basert på markedets etterspørsel. Portrettmaleriet dannet fortsatt det økonomiske grunnlaget for kunstnerne inn i 1820-årene. Etter at fotografien kom utover i 1850-årene fikk portrettmaleriet en konkurrent.

Tegneskolen: http://no.wikipedia.org/wiki/Statens_h%C3%A5ndverks- og_kunstindustriskole
Tegneskolen i Kristiania ble opprettet i [1818](#) og spilte en stor rolle for kunstmiljøet i [Norge](#) på [1800-tallet](#), ikke bare på grunn av undervisningen, men også gjennom utstillinger, rådgivning og andre aktiviteter knyttet til faget. Opprinnelig het skolen Den Foreløbige Tegneskole, men fikk i [1822](#) navnet Den kongelige Tegne- og Kunstscole i Christiania, til daglig bare Tegneskolen. I [1869](#) ble navnet forenklet til Den kongelige tegneskole og endelig Statens håndverks- og kunstindustriskole i [1911](#). Ofte bare kalt Kunst- og håndverksskolen. Den ble i 1996 innlemmet i [Kunsthøgskolen i Oslo](#).

Nasjonalromantikken <http://no.wikipedia.org/wiki/Nasjonalromantikken>

Nasjonalromantikken, er en åndsstrømning som var dominerende i hele Norden rundt midten av 1800-tallet. I [Norge](#) varte perioden fra ca. [1840](#) til [1855-60](#).

Nasjonalromantikken var en variant av [romantikken](#), som var den dominerende åndsstrømningen i Europa fra ca. 1800-1830.

Bevegelsen startet i Tyskland hvor Johann Gottfried von Herders tanker om folkediktningen som uttrykk for nasjonal egenart ble sentrale. Ideene fikk blant annet innflytelse i Øst-Europa og i Danmark, hvor den danske dikteren Adam Oehlenschläger brakte tankene videre til de øvrige nordiske landene. Nasjonalromantikken var kjennetegnet av en trang til å levendegjøre og samtidig idealisere en fortid som i Norge særlig bøndene hadde tatt vare på. I arkitekturen kom dette til uttrykk i Norge ved interessen for fortidsminner, og spesielt i arbeidet for bevaring og restaurering stavkirkene.

Kunstnere fra denne første perioden:

Jacob Munch (1776-1839) https://nbl.snl.no/Jacob_Munch

Jacob Munch var en av Norges første akademiutdannede kunstnere og hadde stor betydning for fremveksten av et eget norsk kunstliv. Han er særlig kjent for sine portretter og regnes som vår viktigste empiremaler.

Johannes Flintoe (1787-1870) https://nbl.snl.no/Johannes_Flintoe

Johannes Flintoe var en dansk-norsk maler. Han er særlig kjent for sine norske prospekter samt utsmykningen av audienssalens forværelse på Det kongelige slott i Oslo, det såkalte Fugleværelset. Han var også en habil portrettmaler. Han var tegnelærer ved Den kongelige Tegneskolen i Christiania og gjennom sitt brede kontaktnett var han en nøkkelfigur i tidens norske kunstliv.

Mathias Stoltenberg (1799-1871) http://no.wikipedia.org/wiki/Matthias_Stoltenberg

Var norsk portrettmaler. Stoltenberg lærte en portrettstil med vekt på realistisk gjengivelse av ansiktstrekkene, med sterke kontraster mellom lyse og mørke partier. Han oppfattet seg selv som portrettmaler. Imidlertid malte han også en del landskaper.

J.C. Dahl og hans krets - Dresden

Fra 1820-årene ble landskapsmaleriet den foretrukne genre.

Johan Christian Dahl (1788-1857) https://nbl.snl.no/Johan_Christian_Dahl
[https://snl.no/J. C. Dahl](https://snl.no/J._C._Dahl)

Dahl kom fra enkle kår. Dahl ble tidlig tatt hånd om av klokker Kierumgaard ved Domkirken i Bergen, som helst ville ha ført sin kvikke elev frem til prestestudier. Han så imidlertid tidlig Dahls kunstneriske evner og lot ham få litt tegneundervisning. Han ble hjulpet videre av Lyder Sagen, som viste den unge malerlærling bøker om kunst og vakte hans historiske og patriotiske interesser. Det var også Sagen som startet en pengeinnsamling blant medlemmene i selskapet Vennekredsen, slik at Dahl kunne dra til København 1811 for å avslutte sin utdanning ved akademiet der.

Dahl drog via Berlin til Dresden i september 1818. Han hadde introduksjoner til byens borgerskap og de ledende kunstnere, bl.a. Caspar David Friedrich, som hjalp ham til rette og ble hans nære venn. Han ble opptatt som medlem av akademiet i Dresden 1820. Fra 1824 ble han, sammen med Friedrich, utnevnt til ekstraordinær professor, uten lærerstol, men med fast lønn og de samme plikter som tidligere.

I.C. Dahl bli den respekterte "Professor Dahl", medlem av akademiene i Dresden (1820), København (1827), Stockholm (1832) og Berlin (1834), samt ridder av Vasaordenen (1839), Dannebrogordenen (1840) og St. Olavs Orden (1847).

I.C. Dahl døde ensom og bitter etter et kort sykeleie og ble gravlagt 17. oktober 1857 på Eliaskirkegården i Dresden.

Hans virke

I. C. Dahl hadde en avgjørende betydning for utformingen av en norsk identitetsfølelse, som var knyttet til forestillingen om det norske landskapets karakter. Han var initiativtaker til dannelsen av Foreningen til norske Fortidsminners Bevaring i 1844. Han har hovedæren for opprettelsen av Nasjonalgalleriet.

Dahl hadde en naturalistisk innstilling, han søkte natursannhet. Ideallandskap med *nordisk* eller helst *norsk* karakter og tradisjonsbestemte trekk. Her var forbildene frem for alt de ville skog- og fjellandskap, med fossestryk, fjorder, breer og bartrær. Etter som tiden gikk ble det direkte studiet av naturen stadig viktigere. Hensikten med naturstudiene (skissene) var først og fremst å studere naturen, vinne økt innsikt i motivet og derigjennom også forberede fremtidige, utførte arbeider. Han foretok flere norgesreiser i perioden 1826 til 1850. Dahl fortrakk gjerne å fremstille naturen mest

mulig slik han fant den. Selv store, ambisiøse malerier ble lagt nær opp til forstudier og skisser utført på stedet.

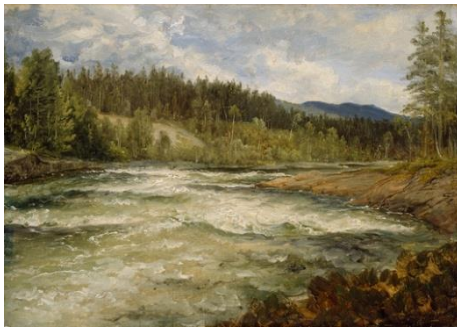
Hans elever

Dahl fremste elever var Thomas Fearnley og Peder Balke. Begge har sans for det dramatiske og bruker storlåtne komposisjoner, med en bevisst organisering av lys og mørke. Begge representerer de en senromantisk fase.

Thomas Fearnley (1802-1842) https://nbl.snl.no/Thomas_Fearnley_-_1

Han maler storslagne, dramatiske landskap i nasjonalromantisk ånd. I sine utførte bilder, som i sine studier, har Fearnley tatt opp mange forskjellige motiver. I arbeidene i stort format foretrakk han gjerne vill, nordisk utseende skog- og fjellnatur – enten han nå hadde funnet motivene i Norge eller i de sentraleuropeiske alpedistriktene.

Under: forstudiet til "Labrofossen", og til høyre det utførte nasjonalromantiske maleriet som henger i Nasjonalgalleriet.



Peder Balke (1804-1887) https://nbl.snl.no/Peder_Balke

Balkes utgangspunkt var dekorasjonsmaleriet, og hans teknikk gir bildene en helt særegen karakter. Han ble Dahls elev i 1843. Etter hvert fjerner Balke seg fra det naturalistiske preget i maleriet. Isteden utvikler han sitt eget formspråk og gjorde det til et suggestivt visuelt symbol for naturen slik han oppfattet den, nemlig som en mektig prosess, et spill av krefter hvor ting oppstår og forgår, og hvor det eneste evige synes å være selve prosessen. Han utvikler også en original oljeteknikk som har det trekk til felles med akvarellteknikken at fargen settes inn på hvit bunn, så tynt at bunnen skinner i gjennom.

Düsseldorf – Karlsruhe – Berlin

Fra 1840-årene ble kunstakademiet i Düsseldorf det viktigste lærestedet for norske kunstnere og fikk foruten København og Paris størst betydning for norsk maleri i denne perioden. Det var dette miljøet som skulle sette sitt preg på norsk maleri. Det var et betydelig antall norske malere som i 1840- og 1850-årene fikk sin utdanning i Düsseldorf.

Vi kan snakke om en norsk «Düsseldorfskole», som betegner en gruppe malere med felles utdanningsforutsetninger, målsetninger og metoder. Miljøet i Düsseldorf var preget av indre samhold og samarbeid. Det var vanlig å spesialisere seg, men på den annen side hendte det ikke så sjelden to malere med forskjellig spesialiteter utførte hver sin del av ett og samme bilde.

Mange bildetyper ble dyrket i Düsseldorf. Religiøst maleri, historiebilder, portrett, landskap, genre og stilleben. Men landskap og genremaleriet var de mest karakteristiske bildetyperne og det var på disse områdene man nådde de mest interessante resultatene.

Storparten av vår malerihistorie i denne perioden ble skapt i Düsseldorf eller i Karlsruhe, hvor Düsseldorfskolen fikk en sen utløper.

Kunstnere

Adolph Tidemand (1814-1876) https://nbl.snl.no/Adolph_Tidemand

Adolph Tidemand er en av de mest folkekjære malerne i norsk kunsthistorie. Med sine skildringer av den norske bondebefolkningens levesett og tradisjoner er han en sentral skikkelse i den norske nasjonalromantikken.

Hans Gude (1825-1903) https://nbl.snl.no/Hans_Gude

Hans Gude hadde opprinnelig ikke tenkt å bli landskapsmaler. Da han i 1840 kom til Düsseldorf, var det hans hensikt – som det hadde vært for Tidemand – å utdanne seg som historiemaleri. Gude var en typisk representant for Düsseldorfskolens stilling i overgangen mellom romantikk og realisme. Bare 29 år gammel, i 1854, ble han utnevnt til professor ved akademiet i Düsseldorf. Noe av hans norske elever var blant annet August Cappelen og Lars Hertervig. Slik ble det skapt en norsk landskapskole med et sterkt felles preg. I 1864 flyttet han til Karlsruhe, og i 1880 ble Gude professor ved Det prøyssiske kunstakademi i Berlin.

Sammen har Tidemand og Gude utført enkelte komposisjoner med skildringer av landskap og folkeliv, mest kjent er *Brudeferden i Hardanger*.

August Cappelen (1827-1852) https://nbl.snl.no/August_Cappelen

August Cappelen var en av de mest utpregede romantikerne blant de norske düsseldorferne med sine villmarksmotiver fra Telemark med skog, tjern og fosser. Bildene viser skoglandskap fra Øst-Telemark, selv om de ikke viser topografisk korrekte fremstillinger av bestemte steder, bygger de alle på studier utført under hans sommeropphold på Holden ved Ulefoss. Vi kan si at Cappelen beveget seg fra en relativ realistisk arbeidsmåte frem mot en sterkt personlig form for naturromantikk.

Lars Hertervig (1830-1902) https://nbl.snl.no/Lars_Hertervig

Lars Hertervig regnes som en av våre aller største romantiske malere med en helt personlig stil. Etter et opphold på Gaustad asyl levde han stort sett isolert fra det profesjonelle kunstmiljøet. Lyset var det helt sentrale temaet i hans kunst, og han utviklet seg stadig som kunstner helt frem til de siste leveår..

Han nådde frem til et egenartet og høyst personlig uttrykk i sin landskapskunst. Hans skaper en inderlig og undertiden ekstatisk naturopplevelse i sine bilder. Han fremstår som en begavet kunstner misforstått i sin samtid.

Realismen, naturalismen og nyromantikken 1870 - 1900

Realismen <http://kunsthistorie.com/fagwiki/realisme>

[http://no.wikipedia.org/wiki/Realisme_\(litteratur\)](http://no.wikipedia.org/wiki/Realisme_(litteratur))

Realisme er en kunstretning fra slutten av 1800-tallet, hvis idé var å gjengi motivet så korrekt og «realistisk» som mulig, hadde ofte en politisk eller sosial tendens. Realisme var en reaksjon mot [romantikken](#).



[Christian Krohgs](#) maleri «*Albertine i politilegens venteværelse*» fra [1887](#) henter motiv fra malerens egen roman [Albertine](#), en [tendensroman](#) som er typisk for [naturalismen](#), en retning innenfor realismen.

Realisme oppstod på midten av 1800 tallet det i fransk malerkunst. Den fikk også avleggere andre steder på kontinentet, i England og i USA. Bevegelsen hadde sin hovedtyngde fra omkring 1840 til 1870-80 tallet.

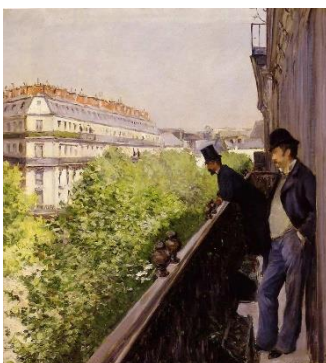
Naturalismen <http://kunsthistorie.com/fagwiki/Naturalisme>
<http://no.wikipedia.org/wiki/Naturalismen>

Naturalismen er en retning innen [realismen](#). Realismen kom som en reaksjon på den foregående epoken [romantikken](#), og finner sted fra ca. 1880 til 1890. [Georg Brandes](#) forbindes med denne perioden grunnet hans tanker om at problemer i samfunnet skulle settes under debatt. Innen bildende kunst går naturalismen ut på å fremstille vanlige mennesker i vanlige situasjoner, som oftest utenfor urbane strøk. Naturalistiske malerier fremstiller gjerne bønder i arbeid, kvinner som vever og syr, begravelsesfølger og hverdagslivet generelt.

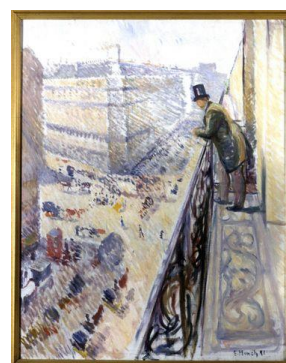
Impresjonismen <http://no.wikipedia.org/wiki/Impresjonisme>

Impresjonismen var en retning innen [kunsten](#) på [1800-tallet](#), og startet som en løs samling av [Paris](#)-baserte malere som stilte ut sammen fra 1860-årene. Bevegelsen fikk sitt navn etter [Claude Monets](#) maleri «*Impression, soleil levant*» fra [1872](#), etter at kritikeren Louis Leroy i en satirisk kritikk av blant annet dette maleriet brukte betegnelsen «impresjonisme» i en nedlatende betydning.

Gustave Caillebotte



Edvard Munch



München - Paris

I 1870-årene var München det foretrukne studiested for norske malere, men ble ved inngangen til 1880-årene erstattet av Paris.

I München ble de norske kunstnerne kjent med tidens europeiske malerkunst, med de nye realistiske impulsene fra Paris som kom til å få en avgjørende innflytelse på deres kunstneriske uttrykk. Mot slutten av 1870-tallet hadde de fleste flyttet over til Paris, som etter dette ble retningsgivende for utviklingen i norsk maleri.

Paris virket først og fremst ved sitt miljø, det var verdenskunstens store smeltedigel. Her samlet kunstnere seg fra alle verdens kanter, her var alle retninger representert, og kunstlivet var preget av en stor utstillingsaktivitet rundt om i de mange offentlige og private kunstgallerier. Sentret for det parisiske kunstliv var Salongen.

Parissalongen, Parisersalongen eller bare Salongen, på fransk Salon de Paris, var en årlig utstilling i Paris som skulle vise det nyeste innen samtidskunsten. I perioden fra 1699 til 1848 ble den arrangert hvert eller hvert annet år og var da den viktigste faste kunstbegivenheten i verden.

Omkring 1880 valgte en hel generasjon unge å vende tilbake til Norge. I denne generasjonen som vendte hjem til Norge i 1870- og 1880-årene, finner vi en rekke sterke kunstnerpersonligheter. De hjemvendte kunstnerne dannet i 1882 Høstutstillingen, som fra 1884 mottok statsstøtte og brøt kunstforeningenes formidlingsmonopol.

Kunstnere

Eilif Peterssen (1852-1928) https://nbl.snl.no/Eilif_Peterssen

Eilif Peterssen var en teknisk virtuos maler som etter å ha utført figurkomposisjoner med historiske temaer og albertavler, der impulser fra tysk maleri brytes mot inntrykk av italiensk barokk, beveget seg mot den samtidige realismen. Malte portretter og mange albertavler.

Christian Skredsvig (1854-1924) https://nbl.snl.no/Christian_Skredsvig

Christian Skredsvig gjorde lykke i Paris i 1880-årene med en stemningsfull realisme. I Normandie tegnet han de første skissene til *Ferme à Venoix*, malt ferdig vinteren 1881 i Paris. Bildet ble belønnet med gullmedalje på Salonen. Han vendte tilbake til Norge og malte lyriske skildringer av det norske landskapet. Sammen med Kitty Kiellands landskap innevarsler disse maleriene 1890-årenes nyromantikk.

Kitty Kielland (1843-1914) https://nbl.snl.no/Kitty_L_Kielland

Gjennom sine skildringer fra Jæren er Kitty L. Kielland blitt stående som en av de mest markante landskapsmalerne fra 1880-årene. Som en av de første tok hun opp en motivkrets som tidligere ikke var behandlet i norsk malerkunst, og det i et moderne, realistisk formspråk. I tillegg var hennes bidrag til utviklingen av nyromantikkenes maleri ved overgangen til 1890-årene avgjørende.

Erik Werenskiold (1855-1938) https://nbl.snl.no/Erik_Werenskiold

Erik Werenskiold ga den naturalistiske fremstillinger av norsk landskap en ideologisk overbygging, knyttet til oppgaven å skape en nasjonal identitetsfølelse. Han søkte seg mot emner, landskapstyper og en koloritt som han hevdet kunne oppfattes som særnorsk.

Gerhard Munthe (1849-1929) https://nbl.snl.no/Gerhard_Munthe_-_2

Gerhard Munthe var landskapsmaler, tegner, "dekorativ" kunstner og kunstsribent. Omkring 1890 utviklet han en dekorativ kunst inspirert av gamle norske vevnader. Hans landskapsmalerier følger stilutviklingen i norsk maleri fra ca. 1870 til tidlig på 1900-tallet. Fra 1890-årene av utvikler han en dekorativ stil, som knytter seg til europeisk art nouveau og symbolisme.

Werenskiold og Munthe var nært knyttet til Fridtjof Nansen, og sammen dannet de kjernen i et løst forbund av likesinnede, den såkalte *Lysakerkretsen*.

Lysakerkretsen <https://snl.no/Lysakerkretsen>

Lysakerkretsen var en gruppe kunstnere og vitenskapsmenn, hvor flere bodde på [Lysaker](#) i Bærum kommune i årene rundt 1900. Gruppen hadde et nasjonalt, kunstnerisk og kulturpolitisk program, og så sin virksomhet innen kunst- og kulturliv som viktig for nasjonsbyggingen.

Christian Krohg (1852-1925) https://nbl.snl.no/Christian_Krohg_-_2

Christian Krohg er en ruvende skikkelse i norsk kunst og kanskje den av våre kunstnere som favner videst. Han har satt varige spor etter seg som en av våre mest allsidige malere, men i høy grad også som lærer, som skribent og debattant og som organisator. Krohg arbeidet i [Paris](#) 1881–1882, og ble der eksponert for [impresjonistene](#), [Edouard Manet](#) og [Gustave Courbet](#). Han oppholdt seg senere i Paris 1901–1909, hvor han fra 1902 underviste ved *Académie Colarossi*. Christian Krohg var den første professor og direktør ved [Statens kunstakademi](#) (1909–25). Han giftet seg i 1888 med [Oda Krohg](#) (1860–1935), sammen hadde de datteren Nana (1885-1974), og fikk i 1889 sønnen [Per Krohg](#) (1889–1965).

Peder Severin Krøyer (1851-1909) http://no.wikipedia.org/wiki/Peder_Severin_Kr%C3%B8yer

Peder Severin Krøyer (født [23. juli 1851](#) i [Stavanger](#), død [21. november 1909](#) i [Skagen](#)) var en [dansk](#) maler og [billedhugger](#), særlig kjent som en av de sentrale [Skagenmalerne](#).

Fritz Thaulow (1847-1906) https://nbl.snl.no/Frits_Thaulow

Frits Thaulow var en ledende norsk landskapsmaler i de naturalistiske 1880-årene og var fra omkring 1889 også en kjent og beundret skikkelse innenfor det europeiske kunstliv. Fra 1892 var han bosatt i Frankrike. Thaulow hevdet forstillingen om at kunsten skulle være for kunstens skyld. Kjent for sine vinterbilder – maleren av snø.

Harriet Backer (1845-1932) https://nbl.snl.no/Harriet_Backer

Harriet Backer er en av våre viktigste kvinnelige malere, og en av noen ganske få unike kvinnelige 1800-tallskunstnere. Hun er kjent for sine interiørmotiver og landskapsbilder.

Harriet Backer sto utenfor de ideologiske problemstillingene, og konsentrerte seg om maleriske utfordringer knyttet til forholdet flate og rom, komposisjon og koloritt, på en for datiden avansert og fremtidsrettet måte. Hun vektla samtidig et stemningsinnhold i sine bilder.

Gustav Wentzel (1859-1927) https://nbl.snl.no/Gustav_Wentzel

Gustav Wentzel utviklet en naturalisme som er beslektet med den fotografiske gjengivelse av detaljer. Hans første, inntrengende naturalistiske bilder, bl.a. *Snekkevennen* (1881), vakte oppsikt. [Kunstforeningens](#) refusjon av det nevnte bildet førte til yngre kunstneres brudd med foreningen og den første «[høstutstilling](#)».

Theodor Kittelsen (1857-1914) https://snl.no/Theodor_Kittelsen

Theodor Severin Kittelsen, født i [Kragerø](#), maler og tegner. Studerte 1876–79 ved akademiet i München. Etter opphold i Oslo og [Kragerø](#) tilbrakte han vinteren 1882–83 i Paris og slo seg 1883 igjen ned i München. I 1887 kom han hjem for godt og bodde de neste to år på [Skomvær fyr](#) i Lofoten. Som illustratør av norske folkeeventyr ved [Asbjørnsen og Moe](#) har han sammen med [Erik Werenskiold](#) ganske særlig preget nordmenns forestillinger om [troll](#) og andre naturmytiske vesen.

Nyromantikken 1890-1905 <https://snl.no/nyromantikken>

Nyromantikken er betegnelsen på en nyorientering innen norsk litteratur og malerkunst ved starten av 1890-tallet. Perioden avgrenses gjerne fra 1890 til 1905. Bevegelsen kan sees på som en reaksjon mot realismen og naturalismen som la vekt på å sette problemer under debatt og i mange tilfeller skildre mennesker som produkt av arv og miljø.

I Norge stod nyromantikkenes malere i motsetningsforhold til 1880-årenes hverdagsrealisme og nøyaktige landskapsoppfatning, med en mer stemningsbetont og følelsesmessig skildring som også innbefattet en evighetslengsel.

Fleskumsommeren <http://no.wikipedia.org/wiki/Fleskumsommeren>

På gården [Fleskum](#) i [Bærum](#) var et kunstnerkollektiv sommeren 1886, som innledet [nyromantikken](#) i norsk malerkunst. Sommeren 1886 samlet en rekke fremtredende norske kunstnere seg på [Christian](#)

[Skredsvigs](#) gård Fleskum i Bærum. De sentrale personene var, i tillegg til verten, [Gerhard Munthe](#), [Eilif Peterssen](#), [Harriet Backer](#), [Kitty Kielland](#) og [Erik Werenskiold](#). Fleskumsommeren er blitt et begrep innen norsk kunsthistorie, og regnes med sine mange stemningsbilder som starten på [nyromantikken](#) i norsk malerkunst.

Det som preger bildene er skumringen, i forhold til tidligere da dagen stod i fokus. Dette fikk store konsekvenser for fargebruken. Sommernatten er veldig spesiell for Skandinavia. Vannflaten ble ofte malt, og vannflaten i seg selv ble sett som et symbol på menneskets sinn og på naturen. Det var kunstkritikeren [Andreas Aubert](#) som i en artikkel lanserte tanken om å bruke det særegne nordiske lyset som uttrykk for nordisk kunsts egenart og *nordiskhet*.

Harald Sohlberg (1869-1935) https://nbl.snl.no/Harald_Sohlberg

Sohlberg, tilhører en nyromantisk tradisjon, han var særlig kjent for sine malerier fra fjellene i Rondane og gatene i Røros, spesielt for *Vinternatt i Rondane* fra 1914. Han arbeidet med oljemaleri, akvarell, tegning, litografi og radering. Forgrunnen i hans malerier er ofte malt i en detaljert og utpenslet stil, og mange av hans bilder mangler mellomgrunn. I bakgrunnen ser man ofte en horisont eller ruvende fjell, men fremstillingene hans er sjeldent nøyaktige gjengivelser av naturen - man ser at han tar utgangspunkt i et faktisk sted, men så dikter videre på det han har sett.

Slutten av 1800-tallet/tidlig 1900-tall

Symbolismen <http://no.wikipedia.org/wiki/Symbolisme>

Symbolisme var en kunstbevegelse på slutten av [1800-tallet](#) av [fransk](#) og [belgisk](#) opprinnelse som oppstod innenfor [lyrikken](#), [prosalitteraturen](#) og [billedkunsten](#). Symbolismen innenfor kunsten var hovedsakelig en reaksjon mot [naturalisme](#) og [realisme](#). Kunstretninger som forsøkte å fange inn og uttrykke virkeligheten i kunsten. Retningen bygde teoretisk på en idealistisk estetikk (Arthur Schopenhauer) og hevdet at kunstens fremste mål var å uttrykke de ideer, drømmer og fantasiforestillinger som man mente skjulte seg bak den synlige verden. De viktigste uttrykksmidler var litterært betonte billedsymboler, et intensivt og følelsesmettet fargespråk og en forenklet, ekspressiv linjeføring.

Jugendstil – Art nouveau <http://no.wikipedia.org/wiki/Jugendstil>

Jugendstil eller art nouveau var en internasjonal [kunstbevegelse](#) og [stil](#) innen [billedkunst](#), [arkitektur](#) og [kunsthåndverk](#) – spesielt [dekorativ kunst](#). Kunstretningen var mest populær rundt slutten av 1800-tallet (1890–1905). Den nye stilen dyrket det moderne og ungdommelige og mange av motivene kommer fra naturen.

Syntetismen <https://snl.no/syntetisme>

Syntetisme i [billedkunsten](#) er å skape en [syntese](#) av sine uttrykk av den ytre og indre virkelighet. De skulle uttrykke de opprinnelige og barnlige følelsene som bretagnerne (mennesker fra [Bretagne](#), [Frankrike](#)) hadde. Det som karakteriserer syntetismen var store rene fargeflater og kraftige sorte konturer. Og fargene som ble brukt skulle ikke fortelle om den ytre natur men om den indre opplevelsen. [Paul Gauguin](#) blir forbundet med denne [ismen](#).

Ekspresjonismen <http://no.wikipedia.org/wiki/Ekspresjonisme>

Ekspresjonisme, retning innen 1900-tallets billedkunst, arkitektur, litteratur, teater, film og musikk. At et kunstverk er «ekspresjonistisk» betyr gjerne at verket uttrykker kunstnerens indre følelser, gjennom en subjektiv og forvridt fremstilling av den ytre verden. Uttrykket i ekspresjonistisk billedkunst er ofte kantete, nervøst og voldsomt.

Edvard Munch (1863-1944) https://snl.no/Edvard_Munch

http://no.wikipedia.org/wiki/Edvard_Munch

<http://www.munchmuseet.no/Edvard.aspx>

Edvard Munch fikk ingen formell akademisk utdanning. Etter ett år på Teknisk skole begynte han i 1881 på Tegneskolen med Middelthun som lærer. I 1882-83 leiet han sammen med sine kunstnervenner atelier i «Pultosten» hvor de fikk korrektur av Christian Krohg.

«Pultosten» lå i Lille Grensen i den bygård med høye smale fasaden som vender ut mot Stortingsplass og med statuen av Christian Krohg. På loftet i denne bygården, som bar kallenavnet «Pultosten», hadde Edvard Munch atelier noen måneder vinteren 1882–83.

Munchs egentlige skole var det unge, men aktive kunstmiljøet i 1880-årenes Kristiania., hvor han mottok impulser fra både fra jevnaldrende og fra de litt mer etablerte kunstnerne som hadde vendt hjem fra studier i utlandet. Den kunstneren som fikk størst betydning for hans utvikling var Christian Krohg. Munch debuterer på Høstutstillingen i 1883, ennå ikke fylt 20år, og året etter stiller han ut bildet «Morgen», en ung halvkledd pike på sengekanten, malt på Modum samme år.

Munchs virke som maler strekker seg over mer enn 60 år, en periode som er karakterisert som det store hamskiftet i den europeiske kunst. Munch hadde tidligere i sitt liv en realistisk periode, men ble i omkring 1890 påvirket av moderne, antinaturalistiske retninger. Han ble sterkt influert av syntetismen, som ble utviklet av [Gauguin](#) og kretsen rundt ham. Rent innholdsmessig er [syntetismen](#) nært beslektet med [symbolismen](#). Maleriene var synteser av de sentrale ideene til opphavsmannen, og man arbeidet for en stilisering av formen ved å benytte store uvarierte flater, samtidig som den intense fargen ble det avgjørende. Munchs motivkrets er også nært forbundet med hans egne barndomsopplevelser og med hans heftige bohémiliv. Det som karakteriserer maleriene hans er en ladet, konsentrert uttrykkskraft.

Kilder:

Diverse nettsider – se tekst.

«Norges malerkunst – fra høymiddelalder til 1900» bind I og II.

Gyldendal forlag – ISBN 82-05-26509-7

2. utg. 2000

Norsk litteratur

Øystein Rotttem mfl.: https://snl.no/Norges_litteraturhistorie

Norske klassikere på nett: <http://www.bokselskap.no/>

Nasjonalbiblioteket: www.nb.no (Bokhylla.no)

Norrøn tid ca. 800 – 1300

Allerede før skriftkulturens oppkomst på 1100-tallet fantes det en rik diktning i Norge, en muntlig diktning som ble overlevert fra generasjon til generasjon før den ble skrevet ned, i all hovedsak på Island på 1200-tallet.

Runer

<https://forskning.no/arkeologi-historie-sprak/2014/01/loser-vikingenes-runekoder>

Universitetsbiblioteket, Georg Sverdrups hus, Universitetet i Oslo på Blindern

<http://www.ub.uio.no/bibliotekene/uhs/uhs/om-qsh/runesteiner.html>

Begynnelser på en skriftlig litteratur finnes også, allerede fra før vikingtiden – i form av innskrifter på runesteiner med tegn fra det eldre runealfabetet. Det er bevart runeinnskrifter fra midt på 100-tallet. Kjente runesteiner er Tunesteinen fra Østfold laget i perioden 200–450 evt. og Eggjasteinen fra Sogn fra om lag 600.

Men runealfabetet ble bare i beskjeden grad brukt til litterære formål. I hovedsak hadde runeinnskriftene en minnefunksjon eller en magisk-religiøs funksjon.

Først i vikingtiden (800–1066) ble diktning dyrket som kunstart i Norge, og dikterne hadde en høy status i samfunnet. Denne tidens muntlige diktning omfatter både dikt og prosa. Versediktingen kan deles i to hovedgrupper: eddadikt og skaldedikt.

Eddadiktning

Neil Gaiman: Norse Mythology (Bloomsbury, 2017)

<https://www.theguardian.com/books/2017/feb/12/norse-mythology-neil-gaiman-review-bloomsbury>

Først kjent gjennom Snorres Edda (Den yngre Edda) fra 1220

<https://www.nb.no/items/3819032f2493b2071589a0c59709d15d?page=0&searchText=den%20yngre%20edda>

Eddadiktningens forfattere er anonyme, og vi kjenner bare diktningen gjennom islandske overleveringer fra 1200- og 1300-tallet. Eddadiktene kan igjen deles inn i tre grupper:

- Gudedikt: enkeltstående dikt med motiver hentet fra norrøn mytologi.
- Heltedikt: diktning som bygger på fellesgermansk sagnstoff.
- Visdomsdikt: Visdomsdiktningen (Håvamål) er belærende og en god kilde til den norrøne tids moral og levesett.

Skaldediktning

Til forskjell fra eddadiktene er skaldediktene skapt av navngitte skaldere, og de henter sine motiver fra den faktiske historien.

Prosadiktning

Vikingtidens muntlige diktning omfatter også ikke-versifiserte fortellinger. Hvordan de opprinnelige var, har vi liten formening om. Også de har levd på folkemunne, men de har høyst sannsynlig gjennomgått langt større endringer enn versediktingen. Deler av den sagadiktning som ble nedskrevet fra slutten av 1100-tallet, antas imidlertid å bygge på denne muntlige diktningen.

Sagadiktningen består i hovedsak av tre sjangere: 1) kongesagaer, 2) ættesagaer (eller islendingesagaer) og 3) fornalder- og riddersagaer. Den mest kjente kongesagaen (Heimskringla) ble skrevet av en islending i likhet med samtlige ættesagaer og de fleste sagaene i den tredje gruppen. Flere av sagaene omhandler imidlertid norske forhold da det var et tett samkvem mellom Norge og Island på denne tiden.

Snorres kongesagaer.

En bok med sterk symbolsk betydning i Norge – noen ganger brukes den som symbol på nasjonen.

Snorre Sturlason (norrønt: Snorri Sturluson) (født 1178/79, død 23. september 1241) var en islandsk høvding, forfatter og skald. Han er mest kjent som forfatter av Den yngre Edda og Heimskringla (Snorres kongesagaer), et av Norges viktigste bokverk. Snorre medvirket også til at Island kom under den norske kongen i 1262.

Norrøn poesi

Eddadikt, først kjent gjennom Snorres Sturlason Edda (Den yngre Edda) fra 1220
Helte- og gudedikt (autentiske personer + sagn), med utgangspunkt i norrøn mytologi.
Noe av stoffet er gjengitt i «Volsunga saga».

Hovedhåndskriftet til Snorre Sturlasons Edda (GKS 2367 4to) fra ca. 1325 ble også gitt til Frederik 3.

Codex Regius («Den eldre Edda») fra ca. 1270 (funnet i 1643). Codex Regius («Kongens bok») er betegnelse på ulike håndskrifter som har vært i kongelig eie. Flere eldre islandske codices regii har tilhørt Den kongelige samling i København.

Det håndskriftet som vanligvis omtales som Codex Regius er GKS 2365 4to, en islandsk skinnbok fra annen halvdel av 1200-tallet som inneholder Den eldre Edda. Denne ble gitt til kong Frederik 3 i Danmark i 1662, og ble tilbakelevert til Island i 1971.

Norrøn prosa

Lovtekster, religiøs prosa, historiefremstillinger. Islandske sagaer «felleslitteratur».

Kristen middelalder - Høvvisk litteratur

Håkon IV Håkonsson (1204 – 1263) - Konge av Norge 1217-1263 - tok Initiativ til oversettelser av høvvisk ridderlitteratur og bibelfortellinger til norrønt.

Sturla Tordsson (1214-1284): Håkon Håkonssons saga (1260-årene)
(Jf.: Henrik Ibsen: Kongsemnerne, 1863)

Sagaen om «Tristrams og Isond»

Soga om Tristram og Isond (norrønt Tristrams saga ok Ísöndar) er en prosafortelling innenfor den norske hofflitteraturen fra 1200-tallet. Sagaen er en oversettelse av Thomas d'Angleterres epos-versjon av legenden om Tristan og Isolde fra ca 1175; oversettelsen ble utført av broder Robert i 1226, og var den første oversettelsen til norsk av europeisk høvvisk litteratur.

Norge vs Europa i middelalderen

Balladen «Draumkvedet» skrevet i slutten av middelalderen. Olaf Åsteson sovner julaften, våkner 13. juledag. Setter seg i kirkedøren og forteller om at han har sett livet etter døden.

Draumkvedet er «katolsk i innhold, og muligens påvirket av den europeiske høymiddelalderens visjoner». Verket stammer i alle fall fra før reformasjonen, men det er ulike meninger om nøyaktig datering av verket. Draumkvedet er overlevert i muntlig fortellertradisjon i Øvre Telemark, hovedsakelig i Kviteseid- og Lårdal-traktene, og ble nedskrevet og kjent for en større offentlighet fra 1840-årene.

1300-tallet: Nedgangstider i Norge

Kongemakten svekket da Håkon V Magnusson døde i 1319. Norge fikk felles regent med Sverige. 1349: Svartedauden - 50-70% av befolkningen i Norge døde.

Fra 1380: Union med Danmark. Nye omganger med pest både på 1300 og 1400-tallet.

1500-tallet: Humanismen

I Europa: Den moderne litteraturens «fødsel»: Cervantes og Shakespeare.

Religionsskifte: reformasjonen: 1536-37 - Skepsis til kunst og kultur

Den norske humanismens periode var kort, men dens pedagogiske virkning var varig.

Oslohumanismen, Jens Nilssøn (1538 - ukjent dødsdato og -sted)

Oslo Katedralskole grunnlagt 1153 – Ullevålsveien 31, Oslo – unik boksamling i eget bibliotek.

I andre halvdel av 1500-tallet og begynnelsen av 1600-tallet fantes det viktige lærde miljøer i Bergen og Oslo, omtalt som humanistene, som i denne sammenhengen betydde lærde kjennere av språk og historie. Disse var del av et større europeisk lærdomsmiljø.

Den fremste humanisten i Bergen var Absalon Pederssøn Beyer, som ble teologisk lektor i Bergen i begynnelsen av 1550-årene. Dagboken hans er en elsket kilde til samtidens kultur.

1600-tallet

- Barokken, Renessansens og reformasjonens etterspill.
- Krig, religionsstrider, totalitarisme.
- Religiøs litteratur. Sensur.
- Sentral kulturpåvirkning fra Tyskland

Dorothe Engelbretsdatter (1634-1716).

Var den første kjente kvinnelige forfatteren i Norge. Hun skrev salmer, leilighetsdikt og rimbrev.

I diktene sine vil hun at menneskene skal underkaste seg helt overfor den straffende gud. Hun skrev veldig enkelt slik at diktene skulle være lette å huske. Dette gjorde at verkene hennes ble mye brukt. Som de fleste på denne tiden trodde også Dorothe at sykdommer og pest var en straff fra Gud.

Petter Dass (1647-1707)

Petter Pettersen Dass, født i Herøy, i Alstahaug, var en norsk teolog og dikter. Han var sogneprest til Alstahaug i Nordland. Bortsett fra de årene Petter Dass studerte i Bergen og i København, bodde han hele livet i Nordland.

Dass er mest kjent for salmen «Herre Gud, ditt dyre navn og ære», og for det tidlige topografiske verket «Nordlands Trompet» som beskriver landsdelen.

1700-tallet

Modernitet – Sekularisering -Industrialisering - Lang fred – veksttid

Opplysningstid - Pietisme - Klassisisme

Ludvig Holberg (1684 – 1754)

Ludvig Holberg, dansk-norsk forfatter og historiker, født i Bergen, professor ved Universitetet i København. Mer enn noen annen forfatter representerer han 1700-tallet i dansk-norsk åndshistorie. Holberg skrev i de fleste sjangrer, og stort sett på dansk, noe som innebar et kulturelt og språklig nybrottsarbeid. Holberg var preget av humanismen, opplysningstiden og barokken. Han var filosof og historiker, men det er hans skjønnlitterære forfatterskap som ruver høyest. Han skrev satirer, blant annet parodien på antikkens og renessansens heltepos, i Peder Paars, en utopisk roman i Nils Klims underjordiske reise som gjorde ham berømt. Enkelte av hans komedier, som «Jeppe paa Bierget» og «Erasmus Montanus», leses og spilles den dag i dag. Essayene han skrev mot slutten av livet, markerer starten på dansk-norsk essaytradisjon.

1800-tallet, første halvdel

Oppløsning av union med Danmark 1814. Union med Sverige. Grunnloven av 1814.

Romantikken - Språkhistorie (Aasen)

Johan Sebastian Welhaven (1807-1873)

Var en norsk lyriker og litteraturkritiker. I ettertid er han mest kjent som Henrik Wergelands poetiske og kulturpolitiske motpol, men Welhaven har også en posisjon i kraft av eget virke.

Welhaven regnes som en av de sentrale dikterne i norsk litteratur i første halvdel av 1800-tallet. Han var romantiker med interesse for estetikk, dyrket den rene sjanger og stilte strenge krav til dikterisk form. Hans første større dikteriske bedrift var den polemiske sonettesyklusen «Norges Dæmring» (1834).

Henrik Wergeland (1808-1845)

Norsk forfatter og dikter. Forfatterskapet inneholder også et mangfold av dikt, versromaner, salmer, fedrelandssanger, sjømannssanger og leilighetsdikt. Wergeland skrev også dramatik, som riktignok ikke blir oppført særlig ofte lenger. Han har en omfattende produksjon av sørgespill, syngespill og farser. Han var aktiv på flere samfunnsområder i Norge etter 1814. Han var opptatt av folkeopplysning og omsorgsarbeid. Hans bidrag til den nye staten var hovedsakelig av nasjonalistisk art og svært engasjert og tildels omstridt. I tillegg var han opptatt av undertrykte folk andre steder i verden, slik som voksende nasjonalbevegelser i Polen, Irland og Brasil. Han tok også parti for India mot kolonimakten Storbritannia.

Aasmund Olavsson Vinje (1818 – 1870)

Født i Vinje i Telemark, var en norsk forfatter og journalist.

Vinje var en av de første etter Ivar Aasen selv som aktivt tok i bruk det norske landsmålet som Aasen hadde utviklet, og den første som gjennomgående brukte landsmål (nynorsk skriftspråk) også i prosa. Han var en foregangsmann innen norsk journalistikk og er opphav til folkekjære dikt som «Våren», «Ved Rondane», «Kunnskap skal styra rike og land», barnesangen «Blåmann» og mange flere.

Vinje skapte sin lyrikk i overgangstida mellom Henrik Wergelands død i 1845 og det såkalte moderne gjennombrudd, og plasseres gjerne litteraturhistorisk som en representant for den poetiske realismen. Vinje beskrives som «en eiendommelig, vittig og rik natur» og en utmerket folketaler som skapte liv og lyst, men bak skjemtet lå alvor.

1800-tallet, andre halvdel

Politisk radikaliserings - Parlamentarisme 1884 - Unionsoppløsning 1905.

Befolkningsøkning - Aviser - Poetisk realisme –

1850-1890: Realisme- naturalisme / Det moderne gjennombrudd

De fire store»: Henrik Ibsen, Bjørnstjerne Bjørnson, Alexander Kielland, Jonas Lie
Problemer under debatt.

Camilla Collett (1813-1895) skrev «Amtmandens Døtre», den første problemroman tidligere enn Ibsen og Bjørnson. Sammenlign gjerne Camilla Collett med Jane Austen

«Amtmandens Døtre» Første del kom i 1854 og andre del seks måneder senere, i 1855. Teksten ble omarbeidet og utgitt på nytt i 1860 og 1879. Hovedpersonen er amtmansdatteren Sofie. I løpet av historien blir vi bl.a. kjent med foreldre og søstre, huslæreren Georg Kold og hans venn legen Müller, den mer eller mindre forkomne Lorenz Brandt, prost Rein og hans datter Ada. Gjennom Kolds

eldre venninne Magrethes dagboknotater, Margrethes blade, får vi innsikt i en reflektert kvinnes syn på samtiden, på selskapesivet og forholdet mellom de to kjønn.

Henrik Ibsen (1828-1906)

Henrik Johan Ibsen (født 20. mars 1828 i Skien, død 23. mai 1906 i Kristiania) norsk dramatiker og lyriker. Han har hatt stor betydning nasjonalt og internasjonalt, og antas å være den mest spilte dramatiker i verden etter William Shakespeare. Ibsen blir ofte omtalt som det moderne dramas far. Hans mest kjente verk er *Brand*, *Peer Gynt*, *En Folkefiende*, *Keiser og Galilæer*, *Et dukkehjem*, *Hedda Gabler*, *Gengangere*, *Vildanden* og *Rosmersholm*.

Han har inspirert en rekke kunstnere fra George Bernard Shaw og Oscar Wilde til James Joyce. Mange kritikere regner ham som den største dramatiker siden Shakespeare.

Bjørnstjerne Bjørnson (1832-1910)

Bjørnstjerne Martinius Bjørnson (født 8. desember 1832 på Kvikne nord for Tynset, død 26. april 1910 i Paris) var en norsk dikter, samfunnsdebattant, redaktør, folketaler og teaterpersonlighet. Hans produksjon er meget omfattende med bondefortellinger, skuespill, poesi, romaner, artikler, taler og en enorm mengde brev. Som dikter og samfunnsaktør agerte Bjørnson både i nasjonal og nordisk ånd.

I Norge var Bjørnson dypt involvert i den litterære og politiske debatten og fikk ord på seg som «nasjonalskald». Det er han som har skrevet teksten til Norges nasjonalsang, «Ja, vi elsker dette landet». Han var også en kjent figur i andre europeiske land, i det minste inntil sin død. Han fikk Nobelprisen i litteratur i 1903.

Christian Krogh (1852-1925)

Christian Krogh (født 13. august 1852 i Vestre Aker, død 16. oktober 1925 i Oslo) var en norsk maler, forfatter og journalist. Krogh var sentral i norsk kunst- og kulturliv i nærmere 50 år. Han fikk stor innflytelse både som maler, skribent og via de posisjoner han inntok i kunstlivet forøvrig. Sitt kunstneriske gjennombrudd hadde han i begynnelsen av 1880-årene med motiver fra Skagen. Han var en av lederskikkelsene i Kristiania-bohemen, og en forkjemper for sosiale reformer i samfunnet og for kunstens frihet. Særlig kjent er hans motiver «Syk pike» (1881), «Albertine i politilegens venteværelse» (1885-87) og «Kampen for tilværelsen» (1889).

Amalie Skram (1846-1905)

Amalie Skram (født 22. august 1846 i Bergen, som Berthe Amalie Alver, død 15. mars 1905 i København) var en norsk forfatter, ansett for å være en av de fremste naturalistiske forfatterne i Norge. Sammen med blant andre Alexander Kielland og Jonas Lie er hun en av de mest markante innen det moderne gjennombrudd.

I romanene sine ga hun en kritisk fremstilling av de sosiale forholdene i samtiden, men hun skrev også om det indre livet. I hennes mest kjente verk – *Hellemyrsfolket* – gir hun klart uttrykk for en naturalistisk holdning, men i senere verk som *Sommer* fra 1899 kommer en mer stemningsfull uttrykksmåte frem.

Fra hun debuterte i 1885 til hun døde i 1905, ga hun ut rundt 20 verk. Det meste er romaner, men noe er også noveller og skuespill. Noen av verkene hennes er også filmatisert.

1890-tallet

Mindre politikk i kunsten.

Nyromantikk -Psykologisk litteratur.

Forløper til modernismen

Knut Hamsun (1859-1952)

Knut Hamsun (født 4. august 1859 i Vågå/Lom som Knud Pedersen, død 19. februar 1952 på Nørholm) var en norsk forfatter. Han regnes som en av det 20. århundres mest innflytelsesrike litterære stilister og står for mange som opphavet til den moderne roman. Han ble tildelt Nobelprisen i litteratur i 1920.

Hamsuns forfatterskap strekker seg over mer enn 70 år og viser variasjon med hensyn til tema, ståsted og miljø. Han utga flere enn 20 romaner. Hans gjennombruddsroman var *Sult* fra 1890.

Som yngre forfatter opponerte han mot realismen og naturalismen. Han regnes som opphavsmannen til den moderne psykologiske litteratursjangeren, med teknikker som stream of consciousness og indre monolog. Hans mest kjente verker fra 1890-årene *Sult*, *Mysterier*, *Pan* og *Victoria* regnes til nyromantikken i Norge. Senere nærmet han seg nyrealismen, med en ironisk, bred folkelivsskildrende stil i sine «nordlandsromaner».

Sigbjørn Obstfelder (1866-1900)

Sigbjørn Obstfelder (født 21. november 1866 i Stavanger, død 29. juli 1900 i København) var en norsk forfatter. Han regnes som en av Norges første modernistiske diktere.

Han debuterte som dikter i 1889 med verket «Heimskringlam», en satirisk skildring av Studenterskolehjemmets historie, nedtegnet i sagastil med kommentarer.

Han ga ut samlingen «Digte» i 1893. Den vakte oppsikt og gav ham siden plassen som en av de fremste nyromantiske dikterne i Norge.

1900-tallet, første halvdel

Første (1914-18) og andre (1939-1945) verdenskrig.

«Orienteringskrise» etter 1. verdenskrig:

Totalitarisme – Relativitetsteori – psykoanalyse – eksistensfilosofi

Kunst: Oppløsning av sentralperspektiv, atonal musikk, frie vers, stream of consciousness, desillusjonsroman/antihelter.

Nyrealisme – senmodernisme.

Olav Duun (1876-1939)

Olav Duun (født 21. november 1876 på Jøa i Namdalen, død 13. september 1939 i Holmestrand) var en norsk forfatter som skrev på nynorsk, og som flere ganger var nominert til Nobelprisen.

Ved debuten i 1907 var det naturlig å regne Duun til heimstaddiktinga som hadde sine beste år på den tiden; men etter hvert som Duuns hovedverk åpenbarte seg, ble det mer og mer synlig at han hørte til nyrealismen.

Sigrid Undset (1882-1949)

Sigrid Undset er Norges internasjonalt mest kjente kvinnelige forfatter. Hun skrev romaner, noveller, essay, helgenfortellinger, selvbiografiske tekster samt noen få dikt og skuespill. I 1928 ble hun tildelt Nobelprisen i litteratur for sine mektige skildringer av middelalderen i Norden. Hennes mest kjente verk er trilogien om Kristin Lavransdatter (1920-1922), som skildrer livet i 1300-tallets Norge.

Rolf Jacobsen (1907-1994)

Rolf Jacobsen (1907–94) var en norsk forfatter som med debutsamlingen *Jord og jern* (1933) brakte teknologien inn i norsk poesi. Jacobsen hadde en enestående evne til å skape bilder hvor natur og teknikk sammenstilles på nye måter, som i hans mest kjente dikt «Landskap med gravemaskiner» fra 1954. Diktene kjennetegnes av en fortellende snakketone, og formidler spennet mellom en moderne livsfølelse og en livsfølelse knyttet til en annen tid.

Tarjei Vesaas (1897-1970)

Tarjei Vesaas, født i Vinje, norsk forfatter; gift med Halldis Moren Vesaas. Debuterte med romanen *Menneskebonn* (1923). Denne og det meste av hans øvrige mellomkrigsproduksjon består av bygde- og utviklingsromaner i realistisk form, dog med visse eksperimentelle innslag. Høydepunkter er *Klas Dyregodt-trilogien* (1930–32) og *Det store spelet* (1934). Han fikk sitt litterære gjennombrudd med romanen *Kimen* (1940), som speiler tidens krigsatmosfære i en tilnærmet allegorisk form

1900-tallet, andre halvdel – 2000-tallet

Perioden etter annen verdenskrig.

Modernisme

Nyrealisme

- 1960: modernistisk tendens
- 1970-tallet: politisk litteratur
- 1980-tallet: individfokus/postmodernisme
- 1990-tallet: familiefokus - Politikk Dokumentarisme
- 2000-tallet: Selvbiografisk tendens/Realisme og virkelighet
Kriminallitteratur – Påskekrim og Nordic Noir

Dag Solstad (født 1941 i Sandefjord)

Norsk forfatter. Solstad er bosatt delvis på Skillebekk i Oslo og delvis i Berlin. Siden 2011 har han mottatt Statens æreslønn. Dag Solstad debuterte med novellesamlingen *Spiraler* i 1965.

I årene 1974–1980 kom fire romaner som oppfyller den kommunistiske bevegelsens krav om at forfatterne skulle skrive for folket og at litteraturen skulle tjene de arbeidende massene.

I 1990-tallsromanene skjedde et romanteknisk omskifte og Solstads forfatterskap tok en ny vending. I romanene fra denne perioden sviner den ytre handlingen inn, og kretser rundt én betydningsmettet situasjon.

Karl Ove Knausgård (født 1968 i Oslo)

Norsk forfatter og forlegger. Bøkene hans er oversatt til 30 språk. Hans romanserie *Min kamp* har på norsk kommet ut i et opplag på nær 500 000 eksemplarer (per 2015).

De tre romanene «Ute av verden», «En tid for alt» og «Min Kamp» kan ifølge forfatteren selv, sees på som en trilogi. «Ute av verden» handler om romankarakteren Henrik Vankel. «En tid for alt» er en bok som i prinsippet skrives av Henrik Vankel, og «Min kamp» handler om forfatteren Karl Ove Knausgård, som har skrevet disse bøkene.

Jon Fosse (født 1959)

Jon Fosse er en prisbelønnet norsk forfatter og dramatiker. Han har vært statsstipendiat fra 2001, og bor i statens æresbolig Grotten. Fosses skuespill er oversatt til mer enn 30 språk. I 2015 ble han tildelt Nordisk råds litteraturpris for *Trilogien Andvake, Olavs draumar og Kveldsvævd*.

Debut i 1983 med roman, første teaterstykke 1994.

Den mest spilte og omtalte norske dramatiker siden Henrik Ibsen.

Per Petterson (født 1952 i Oslo)

Per Petterson er en norsk forfatter oppvokst på Veitvet i Oslo, bosatt i Høland i Akershus. Petterson er utdannet bibliotekar. Allerede Pettersons tidlige bøker fikk stor oppmerksomhet hos kritikerne, men først med den mange ganger prisbelønnede «Ut og stjele hester» i 2003 fikk han sitt store gjennombrudd hos publikum. Den har et samlet opplag på 700 000 (200 000 i Norge og 500 000 i utlandet). Boken har blant annet solgt 126 000 eksemplarer i USA, 120 000 eksemplarer i Tyskland, 50 000 eksemplarer i Storbritannia, 40 000 i Frankrike samt 8 000 eksemplarer i Danmark.

Vigdis Hjorth (født 1959 i Oslo)

Hun debuterte med bøker om barn og ungdoms forelskelse og seksualitet. Hun ligger den bekjennende virkelighetslitteraturen nær i sine analyser av radikale og velutdannede menneskers ofte vanskelige balanse mellom egen lykke og velment samfunnsengasjement. Den prisbelønte romanen «Arv og miljø» fra 2016 startet en stor debatt om bruken av levende modeller i litteraturen. Forfatterskapet er helt sentralt i norsk samtidslitteratur.

Linn Ullmann (født 1966 i Oslo)

Norsk forfatter og journalist. Hun er utdannet ved New York University der hun studerte engelsk litteratur. Da hun debuterte med romanen «Før du sovne»r i 1998, var hun allerede etablert som kritiker og kulturjournalist i Norge.

Hanne Ørstavik (født 1969)

Hanne Cathrine Ørstavik er en norsk forfatter. Hun har vunnet flere litterære priser, og bøkene hennes er oversatt til mange språk.

Hun debuterte med romanen «Hakk» (1994) og fulgte opp med Entropi (1995). Det som karakteriserer disse bøkene er en minimalistisk stil der det brukes korte, beskrivende setninger, fokuseres på observasjoner og konkrete registreringer.

Jo Nesbø: (født 1960 i Oslo)

Norsk forfatter, musiker og siviløkonom. Nesbø har utgitt kriminalromaner om kriminaletterforskeren Harry Hole og barnebøker om Doktor Proktor. Både for krimbøkene og barnebøkene har han mottatt en rekke litterære priser. Bøkene er oversatt til over 40 språk og når et stort publikum i mange land.

Linker

<http://www.hf.uio.no/ikos/tjenester/kunnskap/samlinger/norsk-folkeminnesamling/Sagnkart/sagnkart.html>

<https://snl.no/>

<https://nbl.snl.no/>

<https://nkl.snl.no/>

<https://www.nb.no/>

https://lokalhistoriewiki.no/wiki/Norr%C3%B8n_mytologi

Vertskaps- og relasjons-kompetanse

Mål

- Gi kandidaten grunnleggende forståelse for betydningen av vertskaps- og relasjonsbygging.
- Hvordan påvirker våre holdninger vår samhandling med andre?
- Hvordan oppnå aksept og en god atmosfære for formidling av opplevelser?

Guiding i et relasjonelt perspektiv

På tradisjonelle guidete turer underkommuniseres rollen turistene har som aktive medskaper av den virkeligheten som oppleves og erfares på en tur.

En viktig del av guidens arbeid handler om å skape samhandling mellom guiden og turistene, og mellom turistene.

Guiden legger til rette for turistenes deltakelse i en prosess hvor både guiden og turistene deltar aktivt. Turisten blir en medskaper av den virkeligheten som oppleves og skapes på turen. Turistenes opplevelse av et sted konstrueres gjennom samhandling mellom turistene, guiden, de lokale og stedet.

”Kunnskaper, ferdigheter, evner og holdninger som etablerer, utvikler, vedlikeholder og reparerer relasjoner mellom mennesker”

Invitere inn i vår sfære/avklare gjensidige forventninger

- Presentasjon av deg selv og programmet
- Avklare gjestens forventninger
- Skap aksept for programmet

Tilstedeværelse i handlinger og budskap

- Kjenn deg selv og budskapet
- Integritet, respekt for ditt publikum

Bevisst nærhetsfaktor/rolle som forteller

- Personlig uten å bli privat
- Personlig stil
- Grad av involvering i opplevelsen

Gjensidig tillitsforhold

- Ikke undervurder gjestens kompetanse
- «Det godes mulighet holdes åpen» - ville gjesten vel

Eksterne kilder

Guiding som relasjonell kunnskap «Venner på tur»

Siv Sandøy, Molde, vertskapsrollen (bok)

Presentasjoner Kirsten Elmar Mikkelsen

Utvikling av relasjonskompetanse:

https://www.idunn.no/nsa/2007/01/utvikling_av_relasjonskompetanse_det_er_vanskelig_a_sette_ord_pa_det_men_de

[Marit Lysebo, undervisningsnytt.no](http://Marit.Lysebo.undervisningsnytt.no)

Kommunikasjon

Mål

Kandidaten skal ha kunnskap om og ferdigheter i god kommunikasjon og relasjonsbygging. Kjennskap til ulike kommunikasjonsmodeller.

Litt teori om kommunikasjon

«Kommunikasjon er den prosessen der en person, gruppe eller organisasjon (sender) overfører informasjon til en annen person, gruppe eller organisasjon (mottaker) og der mottaker(ne) får en viss forståelse av budskapet»

Kommunikasjon er aktiviteten ved å formidle informasjon fra en person til en annen. Kommunikasjon kommer fra det Latinske ordet «communis» som betyr å dele.

I en kommunikasjonsprosess trenger man en avsender, en beskjed og en eller flere beregnede mottagere. Denne kommunikasjonsprosessen skjer gjennom et gitt medium.

Et eksempel er en kjent person som benytter seg av mediet Twitter til å kommunisere et budskap til interesserte mottagere.

Kommunikasjon er ofte delt opp i 2 deler, verbal og ikke-verbal kommunikasjon.

Verbal kommunikasjon

Verbal kommunikasjon innebærer ordene som sies eller skrives i budskapet.

Ikke-verbal kommunikasjon

Psykologer antar at den *ikke-verbale kommunikasjonen* utgjør 2/3 av kommunikasjonen mellom avsender og mottager. Ikke verbal kommunikasjon innebærer kroppsspråk, ansiktsuttrykk, øyekontakt, tonehøyde, stress, volum og så videre. Med andre ord, får man mer informasjon fra ikke-verbal kommunikasjon enn fra verbal kommunikasjon.

For å kommunisere på mest effektiv måte, må derfor verbal og ikke-verbal kommunikasjon samsvare med tanke på budskapet.

Kommunikasjonshandling

Hvem jeg mener å være i rollen.

- Hvem skal jeg representere?
- Hvordan vil jeg fremstå?

Hva jeg skal si.

- Hva vil jeg ha fram?
- Hva er temaet?
- Har jeg nødvendig kunnskap?

Hvem skal jeg snakke til.

- Hvem er målgruppen?
- Hvem henvender jeg meg til? «All formidling av budskap foregår på mottakers premisser»

Når skjer det. Tidspunkt.

- Hvor mye tid har vi til disposisjon? «Tiden setter rammer for samhandling»

Hvor skjer det?

- Sted, lokalisering, hvor i rommet vi plasserer oss og hvilke egenskaper rommet har.

Hvorfor det skjer? Hva er hensikten. «Være bevisst intensjonen i det vi sender»

Hvordan det skal skje.

- Her kommer den verbale kommunikasjonen inn.
- Ordvalg, form, stil, stemme, artikulasjon og talerytme.
- Jo bedre vi klargjør dette punktet, jo bedre blir vår atferd og sending.
- Sjansen for god sending øker

«Klargjøring av rolleatferd ser ut til å gi trygghet og i neste omgang overskudd og større frihet i sendingen».

Hva var effekten?

- Effekten på oss og effekten på de andre
- Tilbakemelding

Aktuelle tema

- Kommunikationsmodeller
- Målgrupper
- Verbal og nonverbal kommunikasjon
- Tydelig budskap
- Engasjement og begeistring
- Stress og takling av stress
- Takle uventede situasjoner og konflikter (klagebehandling)

Eksterne kilder:

- <https://www.ledernytt.no/kraften-i-god-kommunikasjon.4515852.html>
- <https://ndla.no/nb/node/62439?fag=52222> (komm modeller)

Formidlingsteknikk

Mål

Gi kandidaten kunnskap om formidlingsteknikk. Gi kunnskap om krav til guiding i buss, i museer, i samlinger og vandringer ute og inne.

Formidling

Lærestoff på tema formidling er hentet fra: "Utstråling og stemmens makt" av Ingunn Angela Tindstad, Cappelen Akademiske Forlag.

Logos (ord, tanker, fornuft)

Etos (troverdighet, sannferdighet)

Patos (lidenskapen, følelsene og budskapets appell)

Intellektuell kunnskap som vi ønsker å formidle til andre, har liten eller ingen verdi hvis den ikke formidles slik at den blir forstått og husket. Enten vi liker det eller ikke, når vi kommuniserer med andre mennesker, er det følelsene vi snakker til. Selv en intellektuell og akademisk perfekt fremstilling når ikke hjem med mindre den appellerer til tilhørerens følelser. På samme måte må et følelsesladet budskap også ha et intellektuelt innhold for å bli tatt alvorlig. Det er viktig at budskapet er klokt, korrekt og fornuftig. Men selv om vi henvender oss til intellektet, til hjernen, husk at menneskene først og fremst kanskje lytter med hjertet.

Å tale er ikke bare et medfødt talent. Det må læres, som å skrive og regne. Det er snakk om å bruke seg selv verbalt. Det krever trening for å bli god. Enhver som kan snakke, kan også lære å tale. I yrker som er basert på kommunikasjon med andre mennesker må vi lære å snakke så våre medmennesker forstår oss. Vi må bruke kropp og stemme, vår energi for å få frem våre meninger og budskap.

Vi er alle forskjellige med ulik bakgrunn og temperament, og det er ikke meningen at vi skal formidle vårt budskap på samme måte. *Det er viktig at enhver finner sin personlige stil.* Vi må gjøre ting på vår egen måte i vårt eget tempo. Det viktigste er å bli bevisst på at man kan bli bedre, finne teknikker som kan hjelpe og så trene og trene. Talekunst kan læres gjennom hardt arbeid. Det er et håndverk som består av teknikk og øvelse.

FORMIDLINGSEVNEN ER VIKTIG FOR Å FÅ BUDSKAPET FREM.

- Når vi formidler vil noen si at 80% er utstråling og entusiasme og 20% er hva som blir sagt.
- Hvis vi tror noe er kjedelig, da blir det kjedelig. Alt blir interessant når det fremstilles på en spennende og entusiastisk måte.
Det kommer ikke bare an på hva vi sier, men måten vi sier det på.
- Stemmen er vårt viktigste instrument i all kommunikasjon med våre medmennesker.
- I vårt samvær med andre mennesker kan vi alle ha behov for å motivere, få vårt budskap forstått og fremstå tydelig, som de engasjerte mennesker med utstråling vi egentlig er.

Stemmen

JO TYDELIGERE VI SNAKKER, JO STØRRE BLIR VÅR AUTORITET.

- Får vi tak i kraften i stemmen vår, virker det som en vitaminsprøyte.

Stemmen er menneskets naturlige og viktigste instrument, stemmen uttrykker følelser. Stemmen er mer enn et teknisk middel til kommunikasjon. Det er også et barometer som viser hvordan vi har det.

Stemmeinstrumentet består av pusteapparat, strupehodet med stemmebånd og ansatsrør(svelget og munnhulen).

Pusteapparatet omfatter lungene, og pustemuskelene som er mellomgulvsmuskelen, bukmuskler og ryggmuskler.

I strupehodet sitter stemmebåndene. Ovenfor strupehodet finner vi ansatsrøret som er en fellesbetegnelse for svelg, munn og nesehule. Egentlig omfatter ansatsrøret hele hulrommet ovenfor strupehodet. Stemmebåndene er elastiske på samme måte som de andre musklene.

Ved inn- og utånding er de åpne. Maksimal åpning har vi når vi gjesper. På beskjed fra talesentret i hjernen om at noe skal sies, presses luften fra lungene gjennom strupehodet og opp mellom stemmebåndene og stemmebåndene begynner og vibrere. Det blir dannet lydbølger som forplanter seg fra strupehodet til svelg, munn og nesehule og bølger seg videre ut i rommet og treffer mottakerens trommehinner.

PUST

Pusten styrer stemmen vår. Vi kan ikke snakke mens vi holder pusten. Pusten styres av det autonome(selvstyrte) nervesystemet. Den er ikke under innflytelse av viljen.

Måten vi puster på vil påvirke stemmen. Puster vi for eksempel ved å heve skuldrene i stedet for å bruke bukmuskelen, vil muskulaturen rundt kragebeinet spennes. Muskelspenningen overføres til strupehodets ytre og indre muskulatur, og dermed kan stemmen både høres og oppleves som presset, spent og anstrengt.

STEMMEKVALITET

Stemme kvaliteten - dvs. om noen har en stor eller liten stemme - er avhengig av størrelsen på stemmebånd, ansatsrør og hulrom, dvs. svelg, munn og nese. Jo lengre ansatsrør og stemmebåndene er, desto dypere er stemmen. Kvinners stemmebånd har en diameter på ca. to centimeter, mannlige stemmebånd har ca. tre centimeter i diameter.

Slitasje på stemmebåndene kan føre til såkalt knute på stemmebåndet eller til betennelse(laringitis). Stemmen sprekker og vi blir hese. Holder vi hodet bøyd for lenge ved høytlesning kan vi også lett bli hese. En bøyd stilling klemmer strupehodet og gir unødig trykk på strupehodet. Hold manuskriptet slik at vi ikke behøver å bøye hodet.

Les teksten som skal fremføres mange ganger høyt for deg selv og hør etter om du snakker tydelig og levende. Sett pustetegn i teksten. Ved gal pust kan vi få spenninger i halsmuskulaturen. Spenningene forplanter seg både til kjeve nakke og skuldrer.

Riktig inn- og utpust er en betingelse for en god stemme. Riktig pust minsker nemlig trykket på strupehodet og musklene rundt slik at halsmuskulaturen forblir helt avslappet.

Langsom, dyp inn- og utpust gir kroppen energi. Overflatepust gir surstoffmangel og for mye kuldioxid i kroppen. Jo mer overflatisk vi puster, desto oftere må vi puste.

Dyp inn- og utpusting er også med på å høyne smerteterskelen vår. Det kommer av at når vi puster riktig, slapper muskulaturen av.

Pusten går automatisk, når vi puster inn, senker mellomgulvsmuskelen seg. Det fører til at brystkassen utvider seg. Fordi pusten går automatisk, tror de fleste at det å puste er noe alle kan, men ofte er måten vi puster på den direkte årsaken til mange problemer.

I kritiske situasjoner, som når vi er under stress, er nervøse, har lampefeber eller ved smerte, puster vi ansent og overflatisk. Det fører til at vi spenner muskulaturen slik at vi minsker strømmen av oksygenholdig blod til hjernen og ut til musklene.

Pust

Riktig pust kan læres. Kunnskap om betydningen av riktig pust og bevisstheten om egen pust er viktig.

Vi skal se at vi kan puste på ulike måter.

- Skulderpust (calvikulær pust)
- Ribbenspust (costal pust)
- Magepust (abdominal pust)

Skulderpust

99 prosent av oss benytter skulderpusten. Dette kan lett føre til vonde skuldre og stram nakke.

Skulderpust hindrer fri bevegelse av strupehodet. Stemmen mister volum. Personligheten blir lukket med statiske bevegelser.

Ribbenspust

Ved ribbenspust utvider ribbena seg, når lungene fylles med luft. Jo mer de kan utvide seg, jo mer luft kan vi romme. Fleksibel bruk av ribbena med bevegelse som et trekkspill, gir maksimalt fri pust.

En riktig holdning styrker ryggmuskulaturen og kontrollen over pust og stemme øker betraktelig. Vi får større sikkerhet og større utstråling. Rett opp skuldrene, stikk brystkassen frem og kjenn hvordan stoltheten kommer automatisk. Puster vi riktig blir vi avbalanserte.

Magepust

Når vi puster ut skal magen gå inn, mellomgulvsmuskelen beveger seg oppover mot brysthulen som et stempel, og når vi ikke har pust igjen, går mellomgulvsmuskelen ned og luften suges igjen inn i lungene. Det er viktig å få tak i magepusten. Den virker frigjørende på stemmen og er mest hensiktsmessig for hele legemet. Puster vi riktig vil vi oppdage at vi blir mer avbalansert og mer i kontakt med kropp og psyke. «Følelsessentret» sitter i magen. Hvis vi er nervøs, blir vi straks roligere ved dyp magepust.

Muskulatur, pust, følelser og stemme er integrert, Stemmen er en del av sinnet. Stemmen henger sammen med resten av vår personlighet. Stemmen speiler våre følelser. Ved å frigjøre stemmen får vi kraft og utstråling.

Magemuskelen trenger trening. Moten lurer oss til å tro at magen må skjules og holdes inne.

Magemusklene må tvert i mot brukes, magen er senter for vårt følelsesliv, for pust, stemme og hele vår energi. Holder vi magen inne, holder vi mye av dette inne. Trener vi opp magemusklene kan vi selv regulere hvor mye vi vil åpne oss og hvor mye energi vi vil slippe løs i ulike situasjoner. Vær bevisst hva som er riktig pust.

Husk at er vi nervøse, blir vi straks roligere ved dyp magepust.

Klangen og lyd

Vi bruker bukmusklene til mer enn å puste. Vi bruker bukmuskler og stemme samtidig for å gi klang og lyd. Tenk på dyrene. Når løven brøler forsvinner hele buken inn og den utstøter sitt store løvebrøl.

Stemmen har også en resonanskasse. På samme måte som piano og gitar har sin spesielle klang, har også vi mennesker det.

I tillegg til å bruke pusten for å få frem stemmen, kan vi avlaste stemmebåndene ved å utnytte resonanserommene maksimalt.

Våre resonansrom finner vi i bihulene, munnen, nesene, svelget, pannen og øvre brystkasse. Disse er alle med på å gi stemmen klang. Dersom vi fra naturens side er utstyrt med beskjedne resonansbunner, har vi likevel muligheter til å trene og få bedre klang i stemmen.

Det er viktig å varme opp stemmen, det øker blodsirkulasjonen til strupehodet og stemmebånd. Stemmebåndene blir myke og elastiske, det gir en klangfull stemme og forebygger slitasje.

SPENNINGER

Stemmen består av pust, muskler og følelser. De tre henger sammen og påvirker hverandre. De fleste mennesker tenker lite på de musklene som påvirker stemmen. Mange mennesker har store spenninger i kjeven. Vi biter tennene sammen for å være utholdne og vise mot i vår kultur. Å bite tennene sammen betyr ofte kjevespenninger, stiv nakke, stive skuldre og stiv eller overflatisk pust. Det binder tanken og gir en innbitt stemme. Det åpner hverken for inntrykk eller uttrykk.

En god foredragsholder må både være åpen for inntrykk fra salen, fra tilhørerne og være i stand til å uttrykke seg. Stemmen er et organisk apparat, og desto mer avslappet vi er i nakke, skuldre, kjeve og tunge, jo friere stemme får vi.

Tungen er en av de sterkeste musklene vi har i kroppen. Uten tungen ville vi ikke kunne kommunisere selv om stemmen var kraftig. Tungen må tøyes og strekkes ut som alle andre muskler i kroppen. Spenninger i tungeroten og tungen forplanter seg lett til strupehodet, strupen og stemmebåndene.

Tungen er en viktig muskel for tydelig uttale. Når det kan være så vanskelig å uttale et fremmed språk selv om vi vet hvordan det lyder, er det blant annet fordi vår tungemuskel ikke er trent til fremmede lyder. Den må trenes opp.

Artikulasjon

Tydlig artikulasjon burde være en selvfølge for alle som skal formidle noe. Dette krever en elastisk og spenstig balanse mellom pustemusklene og artikulasjonsapparatet, dvs. svelg, munnhule, lepper, tenner og tungen.

Snakker vi tydelig, blir vårt budskap hørt selv om vi ikke bruker høy stemme, og vi sparer stemmen for belastninger. Jo tydeligere og levende vi snakker, desto større blir vår autoritet og påvirkningskraft.

Snakker vi ikke tydelig hjelper det ikke nødvendigvis å heve stemmen.

BOKSTAVER OG ORD

Vi kan si at musikken i språket ligger i vokalene, makten i konsonantene. Det er på vokalene vi kan bruke stemmen, boltre oss i tonefall og følelser. Men får vi ikke frem konsonantene, er det ingen som forstår hva vi sier.

Å snakke utydelig er ikke bare mangel på respekt for tilhørerne. Det betyr også at tilhørerne må bruke all sin energi og konsentrasjon for å oppfatte ordene. Da er de mindre tilgjengelige for budskapet vårt

Når vi snakker dialekt, er det spesielt viktig å snakke tydelig. Skal vi holde foredrag må vi sørge for å bli forstått selv om vi snakker dialekt. Vi skal være stolte av dialekten og snakke med klar uttale. Vi skal bruke den dialekten som er naturlig for oss. Bare da kan vi være oss selv.

Uttaler vi konsonanten tydelig, gjerne overdrevet tydelig, vil selv en svak og til og med en lav stemme utstråle energi.

Grunnvokalene i Norsk er A - E - I - O - U - Y - Æ - Ø - Å.

Vokalene blir dannet i munnhulen og det er de som gir stemmen klang, skjønnhet og bæreevne. Derfor er det viktig å åpne munnen godt når vi snakker, slik at vokalene får plass og lyden kommer ut. Det er vokalene som skal bære stemmen i rommet. Det er på vokalene vi synger vårt språks og vår dialekts melodi. Konsonantene har som oppgave å skille vokalene fra hverandre.

Tilhørerne vi gjerne ha klar, presis og forståelig tale, dette oppnår vi blant annet ved å vektlegge en tydelig, nesten overdreven tydelig uttale av konsonantene. En taler vinner autoritet og vokser ved hjelp av konsonantene.

Intellektuell kunnskap har liten overføringsverdi hvis den ikke formidles klart, tydelig og levende. For å få det til er det ikke nok å studere psykologi og pedagogikk. Det er din energi som fysisk bringer budskapet over til tilhøreren, og konsonantene er en av de viktigste redskapene du kan bruke.

Med engang vi begynner å snakke tydelig, vil vår utstråling bli fylt av energi. Det kan virke skummelt, men la ikke sjenansen ta overhånd, glem janteloven.

Det er budskapet som er viktigst. Det er vårt ansvar at det når frem til tilhørerne, til gruppen.

En engasjert og karismatisk person når sine tilhørere på en måte som gjør at de forstår og husker budskapet. I tillegg virker en slik person motiverende på andre og vil være en inspirasjonskilde for sine medmennesker.

FARGELEGG BUDSKAPET

Det gjelder å finne dramatikken i det vi skal fremføre og presentere. Alle budskap kan være dramatiske. Det behøver ikke være snakk om de store lidenskaper. Det gjelder å hente frem den riktige stemningen. Hvordan skal vi gjøre det? Bare tenk på hvordan vi forteller våre venner om vår siste utskeielse. Hvordan levendegjør du historien om hvordan du nesten kom for sent til flyet, ble stoppet i tollene eller forbigjort av en idiot i trafikken?

Uten å vite det, dramatiserer vi mer eller mindre hver gang vi snakker og forteller. Dessverre mister vi ofte denne evnen, eller klarer ikke å mobilisere kreftene til å hente den frem når vi reiser oss foran en forsamling. Vi trenger noe som kan hjelpe oss til å åpne dørene til våre egne ressurser. I samme øyeblikk som vi finner frem til stemmen, dramatikken og stoltheten, kommer utstrålingen. Mimikken blir levende og øynene stråler som stjerner.

Når vi holder foredrag, presenterer noe skal vi være like levende som om vi fortalte eventyr. Vi skal gjøre det spennende å lytte til oss.

VIS HVEM DU ER

Når vi snakker tydelig og levende, er det ikke til å unngå at budskapet kommer frem. Men det er heller ikke til å unngå at vi selv blir synlige. Mange har problemer med nettopp det. Spesielt gjelder det kvinner. "Snill pike-syndromet" dukker fort opp. Rett ryggen, slå helene i gulvet, kneis med nakken, vær stolt, slipp temperamentet løs, kort sagt vis hvem du er.

De fleste av oss har lett for å lytte til vår indre kritiker som forteller oss alt vi ikke kan. Vi må heller bruke vår indre kraft til å arbeide for oss og ikke mot oss. Positive tanker har like stor kraft som negative tanker.

VÆR DEG SELV

I vårt samfunn er vi blitt så fokusert på å være flinke, korrekte og formelle, at det ofte går på bekostning av vår spontanitet. Vi har lett for å binde oss med en gang vi skal tenke intellektuelt. Skal vi styrke vår personlighet, både som individ, yrkesutøver og ikke minst som formidler, må vi finne frem til vår levende stemme, kropp og utstråling. Vi må få frem vårt naturlige, levende vesen.

Publikum lytter med hjertet. Hva vi enn sier og snakker om er det derfor hjertet vi taler til, enten vi liker det eller ikke.

Oppskriften er der for: Vær deg selv, bruk ditt intellekt og tal til hjertet.

Stemmens makt

Stemmens utstråling gjør at det ikke er hva vi sier, men hvordan vi sier det som er avgjørende. Vi kan ha den sinte stemmen, den overflatiske stemmen, den aggressive stemmen, den passive stemmen, den irriterende stemmen, den sørgelige stemmen, den glade stemmen, den sensuelle stemmen, den ømme stemmen, den entusiastiske stemmen, den smilende stemmen, den spøkefulle stemmen. Du kan bruke alle disse stemmene på ulike måter og oppnå ulike resultat.

I kommunikasjon med andre mennesker er det viktig å være klar over hvilken makt stemmen har.

Hvordan vi kan påvirke atmosfæren ved hjelp av stemmen vår.

En nyanse i stemmen til en resepsjonist kan for eksempel være nok til å ta motet fra en besøkende.

På den annen side kan et elskverdig nei gi følelsen av topp service.

Vi skal ikke bruke stemmen til å manipulere, men være oss bevisst hvilket nyttig kommunikasjonsverktøy stemmen er. I serviceyrker kan vi bruke stemmeverktøyet til å skape god kommunikasjon og gode vibrasjoner.

Vi vil alltid ha mye igjen for å bruke en positiv stemmen. Hver gang vi kommuniserer med andre mennesker, blir de påvirket av vår stemme og vårt tonefall.

KONGRUENS

Skal vi lyde troverdig, må det være overensstemmelse mellom innholdet i det vi sier og stemmens utstråling. Mimikken og kroppsspråket må stemme overens med budskapet.

Om stemmen ikke passer til ordene, gir det et forvirrende, dobbelt budskap. Det vi formidler mangler overbevisning og troverdighet.

SMILET

Smilet er viktig. Er vi opptatt av å holde på fasaden er det vanskelig å smile. Et smil er kontakt skapende og smitter. Smilet er et av de viktigste uttrykksmidler vi har i kroppsspråket.

møtet med publikum

Enten vi står overfor en liten eller en stor forsamling, er det utstrålingen fra vår stemme som avgjør atmosfæren i forsamlingen. Møt publikum med positive følelser. Tenker vi at våre tilhørere er våre fiender, vil de fort merke det å få piggene ut. Alle er litt nervøse i møte med et nytt publikum. De fleste mennesker tenker på nerver som noe negativt. Men nerver kan være til hjelp. De er del av kroppens naturlige måte å forberede seg på for å kunne yte maksimalt.

Det er viktig å ha en hjerne som er skjerpet i det avgjørende øyeblikk. Det øyeblikk vi føler oss for trygg, kan det være fare for at vi slutter å anstrenge oss.

Tenk på ditt budskap, konsentrer deg om innholdet, og tenk mindre på din egen person. Da forsvinner lettere angsten.

For å få kontroll over nervene:

- Elsk ditt publikum
- Det er budskapet som er viktig, ikke du
- Øv mye og høyt
- Pust med magen - langsomme og dype åndedrag
- Innrøm at du er nervøs. Adrenalin betyr at kroppen er beredt
- Bruk energien til å smile
- Start med kraftig energifyllt stemme
- Vær engasjert
- Snakk tydelig
- La dine øyne og stemme være i dialog med publikum
- Energien din skal være tilstede til siste ord er sagt

KROPP

Vi må være bevisst på måten vi står på. Vi må ikke bli for urolige men, heller ikke for statiske. Skal vi bevege oss bør det være med hensikt.

ARMENE

Så er det armene. Det gjelder å få dem integrert i kroppen. Det gjelder å gi armene en følelse av å være integrert i språk og vesen. Både pusten, kroppsspråket og hele vår energi blir hemmet dersom vi holder knyttnevene i siden eller hendene i lommen. Armene i kors betyr en direkte hindring for pusten og dermed stemmen.

Hver gang vi snakker, snakker også kroppen. Det er derfor vi skal øve den til å hjelpe oss og snakke det språk som får frem budskapet vi skal formidle.

ØYNENE

Bruk øynene. Øynene er sjelens speil på samme måte som stemmen er det. Måten vi bruker øynene på påvirker kommunikasjon og kontakt mellom mennesker, mellom oss og våre tilhørere. Fest blikket på tilhørerne.

«Femsekunders regelen» sier at fem sekunders øyekontakt er det sammen som fem sekunders minisamtale. Når du skal gi en presentasjon, tenk at du skal snakke til hver av tilhørerne i fem sekunder. Flakker blikket raskere virker det nervøst og overflatisk. Hviler du blikket lengre enn fem sekunder på samme sted, kan det fort oppfattes som stirring.

PAUSER

Glem ikke pausene. Ikke overkjør ditt publikum. La publikum få tid til å lytte før du kjører videre med det du sier. Spørsmål er en god måte å skape kontakt på. Merker du at tilhørerne blir fjerne. Hev stemmen, for så å senke den igjen. Det er nok til å hente tilhøreren tilbake.

ORDET ER DITT

Mens du venter til det er din tur til å ta ordet. Pust dypt med magen. Du blir roligere. Gled deg. Tanken på at du gleder deg, gir deg glød i blikket og spenst i kroppen. Gå frem, bli stående rolig med begge bena godt plantet i gulvet. Ta et overblikk over forsamlingen og få øyekontakt. Merk hvordan publikum lar seg fange. Presenter deg, varmen og gløden sitter i stemmen, du er i gang og budskapet ditt når frem.

Rutiner ved ulike guideoppdrag

Mikrofonbruk

- Sjekk at mikrofonen viker før gruppen kommer til bussen.
- Snakk med sjåføren om mikrofonbruk.
- Sjekke lyden før gruppen er i bussen.
- Sjekk av/på knappen – så du er sikker på hvordan du bruker den.
- Skru av mikrofonen når du ikke snakker til gruppen, eller hvis du snakker med sjåføren.
- Hold mikrofonen stasjonær ved haken, slik at den følger hodet når du beveger deg.
- Snakk med naturlig stemme, rolig og avslappet.
- Bruk naturlig stemmeleie, tenk artikulering og diksjon.
- Ta pauser. Kontinuerlig snakking – ordstrøm – kan virke som støy!
- Tenk språkbruk – velg riktige ord og begrep.
- Bruk presise og gode formuleringer.

I buss

- Vær alltid ute i god tid.
- Fremmetid kan variere fra oppdrag til oppdrag. Sjekk med oppdragsgiver.
- Sett av tid til å konferere med sjåføren om program, kjørerute, tidsrammer, bussen etc.
- Guide og sjåfør utveksler mobiltelefonnummer.
- Avtal med sjåføren hvem av dere som skal stå ved hvilken dør, ved av og påstigning.
- Gjør deg kjent med mikrofonen før gruppen kommer.
- Stå ved døren når gruppen kommer.
- Ta imot billetter der det er en del av rutinen.
- Sjekk at alle er på plass i bussen – sjekk antall.
- Presenter deg selv og sjåføren ved navn. Da kan du gjerne stå vendt mot passasjerene.
- Informer som sikkerhetsrutiner. Nødutganger, sikkerhetsbelter, og annen relevant informasjon.
- Sitt alltid i guidesete, med sikkerhetsbelte på, når bussen kjører.
- Stå minst mulig i bussen, og bare når bussen står stille.
- Hvis sjåføren er ukjent – vis vei/retning ved hjelp av håndbevegelser og /eller ord (hvis sjåføren forstår språket du guider på).
- Fortell om ting i tide – slik at alle får anledning til å se.
- De som sitter helt bak i bussen skal få med like mye som de fremme i bussen.
- Marker tydelig: si til høyre/venstre, si minst mulig rett frem.
- Identifiser det du snakker om. Si: *huset, til venstre, med den blå døren.*
- La bussen stoppe litt hvis sjåføren mener det er mulig.
- Kjør sakte forbi om mulig, alltid i samarbeid med sjåføren.
- Ha fokus på det som kan ses fra bussen, men sett ting i sammenheng.
- Snakk ikke om det du har kjørt forbi.
- Bestem deg på forhånd for hva du vil si noe om på kjøreruten.
- Gjenta spørsmål du får fra gruppen – slik at alle hører og får del i svaret.
- Ta pauser der det er naturlig (husk å skru av mikrofonen).
- Vurder hvor mye informasjon du vil gi i bussen før dere ankommer besøksstedet.

Ved stopp

- Fotostopp, da er det ut av bussen, ta bilde, og inn igjen.
- Ved besøksstopp. Opplys om hvor mye tid dere har på stedet.
- Si tydelig i fra om når bussen kjører videre (klokkeslett).
- Sjekk at du har samme klokkeid som gruppen.
- Forklar hvor bussen vil stå etter besøket, og hvilke kjennetegn bussen har.
- Si eventuelt noe om toaletter – andre tilbud på besøksstedet.
- Ta gruppen samlet inn og registrer gruppen/lever voucher.

Vandring

- Presenter deg. Forklar ruten dere skal følge.
- Forklar hvor dere skal avslutte.
- Marker etappene tydelig, dvs. fortell hvor langt vi skal gå før vi skal stoppe.
- Ha kontroll med gruppen – ikke mist noen.
- Tilpass tempo til gruppen og til tidsrammen.
- Tenk plassering – deg selv og gruppen.
- Ta hensyn til støy.
- Snakk aldri mens du går. Må du si noe, gå baklengs, vendt mot gruppen.
- Får du spørsmål – gjenta så hele gruppen får del i svaret.
- Tenk stemmebruk og pust.

Før oppdrag

- Sett deg inn i oppdragets program, rute og besøkssteder.
- Hvordan skal inngangspenger betales? Kontant? Voucher/kupong? Avtale?
- Om mulig innhent informasjon om gruppen. Hvem er de?
- Sjekk tidsrammen.
- Hvor skal de hentes? Sjekk møtested.
- Når er fremmøte? Vær alltid presis og vær ute i god tid?
- Hvor skal dere avslutte?
- Hvilke steder skal besøkes.
- Er det noe tema for turen?

I museer/samlinger/på sted

- Ønske velkommen og presenter deg for gruppen.
- Presenter museet – fortell om tilbudene (butikk, sikkerhetskontroll, toaletter etc.).
- Ha en plan for guidingen din.
- Fortell hva dere skal se/gjøre i museet.
- Forklar hvor dere skal avslutte.
- Led gruppen til det du vil vise dem.
- Stå slik at alle ser og hører deg.
- Ta hensyn til andre besøkende og grupper.
- Vent med å snakke til du har gruppens oppmerksomhet.
- Snakk aldri mens du går.
- Tilpass budskapet til gruppen og situasjonen.
- Forhold deg til *stemningen* i gruppen.
- Gi gruppen litt tid til å gå rundt på egenhånd.
- Vær tilgjengelig for spørsmål.
- Hvis dere skal videre med buss, gå til bussen litt før avtalt avreisetid.

Hvor bør guiden stå?

- Stå alltid ved siden av gjenstanden, aldri foran det du snakker om.
- Stå alltid vendt mot gruppen.
- Plasser gruppen slik at de ser best mulig.
- Snakk til gruppen. Ikke mot gjenstanden.
- Ha blikkontakt med gruppen.
- Vær i dialog med gruppen. Send på *mottakers kanal!*

Omvisning i kunstnerhjem

Guiding er å informere, fortelle, tolke og hjelpe de besøkende til å få en totalopplevelse de ikke ville kunne få uten guidens formidling og kunnskaper. Guiden knytter det de besøkende ser og sanser til fakta og detaljer slik at omgivelsene/stedet får en ny mening. Guiden setter ting i sammenheng og gir ting mening.

Faser i omvisningen

Første møte med guiden

- Ønske velkommen.
- Presentere seg.
- Fortelle hvor lang tid omvisningen vil ta.
- Si noe om det blir tid til å gå på egenhånd.
- Si noe om hvor omvisningen avsluttes.
- Fortell om stedets tilbud (kan også gjøres til slutt).

Start på selve omvisningen

- Start med en kort introduksjon som vekker interesse, åpner for oppmerksomhet og skaper en hyggelig atmosfære.
- Ta med vesentlige og viktige fakta i introduksjonen, men ikke forta deg i detaljer.

Rommene

- Rommets navn.
- Rommets opprinnelige funksjon.
- Bestem deg for hvilke gjenstander du vil si noe om (gjør et valg).
- Fortell om gjenstandene ved å sette dem i sammenheng med rommet, kunstneren og tingens historie.
- Tenk hele tiden biografi (trekk inn kunstnerens liv).
- Gjør omvisningen og fortellingene dine levende ved å flette inn anekdoter og historier fra kunstnerens liv og virke.
- Gi litt tid til spørsmål og dialog.
- Ikke "drep" dine tilhørere med for mange detaljer.
- "Lese" dine tilhørere – sjekk at du har dem med deg hele tiden.

Avslutning

- Rundt av på en hyggelig måte.
- Si noe om hva de finner når de går ut, hvilke tilbud som fins.
- Takk for oppmerksomheten og ønsk dem velkommen tilbake.

Selve formidlingen

- Sørg for en balansert fremstilling.
- Ikke ta med for mange detaljer på bekostning av helhetsopplevelsen.
- Velg omfang og gjør et utvalg i forhold til gruppen du forholder deg til (tenk: alder, interesser,...).
- Tenk timing.
- Vær oppmerksom på hvordan du vil håndtere spørsmål, gjenta om nødvendig spørsmålene slik at alle får del i svaret.
- Forklar faguttrykk om nødvendig.
- Tenk plassering. Stå aldri med ryggen til gruppen
- Vent med å snakke til du har gruppens oppmerksomhet.
- Unngå negative kommentarer og alt for private meninger.
- Ha et bevisst forhold til egen atferd. Vær rolig, imøtekommende, vennlig og trygg.
- Sett ditt personlige preg på omvisningen (men bli ikke for privat). Vær profesjonell.

I kunstmuseum

Visuell analyse - "Looking is not as simple as it looks"

Når vi betrakter kunst må vi bruke våre visuelle evner på en aktiv måte. Vi må lære oss å stille spørsmål mens vi observerer. Hva skal vi se etter. Hva skal vi spørre om.

Hvert kunstverk, hver gjenstand som vi ser på, presenterer et nytt problem som skal løses, og krever en spesiell tilnærming. Presentasjonen, analysen må tilpasses det enkelte kunstverk, og ikke omvendt.

Hvilke krav stilles til en god presentasjon.

Konsentrasjon, god observasjonsevne, visuell sensitivitet og forståelse. Lære seg å bruke øynene på en aktiv og faglig måte.

En god guide må kunne beskrive, tolke, overføre det en ser til språklige formuleringer. Ord kan forsterke eller krympe en opplevelse. Å beskrive er å bevisstgjøre seg hva man ser, men det er umulig å beskrive alt man ser. Følgelig må vi gjøre et utvalg. Vi må løfte frem vesentlig, og typiske trekk i kunstverket.

Det er viktig å sette ting i sammenheng (kontekst). Form og innhold hjelper en til å forstå hva kunstverket handler om. Beskrivelsene må være mest mulig objektiv. Tolkninger kan være mer personlige (preget av formidleren). Studiet av kunstverk krever tid. Det kan være lærerikt å vende tilbake flere ganger til samme kunstverk. Ved hvert møte vil en ofte oppdage noe nytt.

Fra bilde til språk

Overgangen fra det visuelle til det språklige er forbundet med mange avveininger. I beskrivelsen og tolkningen anvender vi ord som kan virke reduserende. Kunstverket krymper under ordene. Vi opplever at de formuleringene vi har skrevet ned, bare til en viss grad er dekkende for det mangfoldet kunstverket uttrykker. Årsaken er ofte at kunstverket åpner for flere mulige beskrivelser og tolkninger. I en analyse vil vi aldri kunne beskrive alle mulige nyanser. Vi må velge den ordlyden som vi oppfatter som mest representativ for helheten. Videre må vi huske at selv en beskrivelse, uansett hvor objektive og nøytrale vi prøver å være, også er en tolkning av det vi observerer.

Målsetningen må være å nå frem til en mest mulig sannsynlig tolkning. Er vi i tvil, er det greit å gjøre rede for nettopp den usikkerheten som knytter seg til beskrivelsen og tolkningen.

Synsvinkler

I analyse av malerier kan vi skjelne mellom to synsvinkler. Vi kan observere maleriet i et *kreativt perspektiv*. Da prøver vi å sette oss inn i hvordan kunstneren har arbeidet, tenkt og prøvd seg frem. Vi kan spørre hvorfor kunstneren valgte et bestemt farge skjema eller en bestemt type komposisjon fremfor en annen. Kan det ha noe med motivet og bildets meningsinnhold å gjøre. En annen måte å nærme seg et kunstverk på er gjennom et *historisk perspektiv*. Vi ser på bildet fra betrakterens ståsted. Kunstverket må settes inn i en historisk sammenheng. Da må vi bringe inn opplysninger om stil, kunst- og kulturhistorie. I praksis er det som regel snakk om å kombinere de to analyseperspektivene.

Malerier

I det følgende kommer forslag til analysemomenter og spørsmål vi kan stille når vi skal beskrive og tolke malerier. Hvilke spørsmål som stilles, har å gjøre med hva vi vil ha svar på, og hva slags analyseperspektiv som benyttes.

Identifikasjon:

Hva heter kunstneren. Hva er tittelen på kunstverket.

Forteller tittelen noe om bildets tema. Hva forestiller motivet, hva handler det om eller forteller det om. Når og Hvor ble bildet malt. Hvem var den opprinnelige oppdragsgiveren(kloster, kirke, fyrste, privatperson, kommune, stat, kongehus).

Motiv:

Beskriv og forklar bildets motiv. Motiv kan være religiøse, historiske, naturalistiske, realistiske, romantiske, symbolske, mytologiske, abstrakte eller nonfigurative.(Abstrakt kunst: gjengivelse av gjenstander i sterkt forenkling eller omforming. Brukes også om kunst som helt vraker motiver fra den sansbare verden, da i betydning nonfigurativ kunst. Nonfigurativ kunst: maleri og skulptur som er fri for referanser til den ytre virkelighet.)

Motiver kan være hentet fra hverdagslivet (genremaleri), gjengi oppstilte gjenstander(stilleben), beskrive interiører eller bygninger, portrettere mennesker eller fremstille landskap(naturlandskap, kulturlandskap, fjell, sjø, by). Bilder kan inneholde flere motiver. Hva er da hovedmotivet og hva er delmotiver. Kjenner vi til andre kunstnere som har arbeidet med samme motivtype. Kan vi si at motivet er en etterligning av observerbare fenomener i den ytre verden eller et uttrykk for kunstnerens indre tilstand. Temaet, eller kunstnerens idé, angir hva motivet handler om.

Portretter: I analyse av et portrett er det viktig å huske at det er personen i bildet, og ikke den historiske personen i seg selv, som er det sentrale. Et portrettmaleri er alltid en tolkning, og denne tolkningen er avhengig av kunstnerens innsikt, dyktighet og oppdragets art.

Fortellende motiver: Hva slags fortelling blir fremstilt. Hvordan er hovedhandlingen, rolig eller dramatisk. Kan man si noe om hva kunstnerens intensjon har vært.

Landskapsmotiver: Hva slags landskap er gjengitt (uberørt natur, kulturlandskap, industrilandskap). Hvor stort utsnitt av naturen blir gjengitt i bildet. Ser betrakteren landskapet fra et høyt eller lavt ståsted. Hva inneholder landskapet (bygninger, mennesker, ruiner). Hvilket tidspunkt på døgnet, året er gjengitt. Hvordan er forholdet mellom himmel og jord (horisontlinje, perspektiv). Med hvilke virkemidler har kunstneren oppnådd en bestemt stemning og uttrykk (lys, skygge, farger).

Teknikk og materiale:

Hva er bildet malt på. (treplate, lerret, papir..)Hvilke typer farger og maling er brukt. Hvordan er fargen påført.

Komposisjon:

Med komposisjon mener en formal organisering av enkeltdelene i forhold til helheten, så vel som til hverandre innbyrdes.

Bildeflatens organisering: Er den enkel eller sammensatt. Er den enhetlig eller variert. Er bildeflaten organisert geometrisk, fritt eller tilfeldig. Dominerer enkelte former over andre. Fins det symmetrisk eller asymmetrisk balanse i bildet. Bli enkelt former gjentatt eller variert. Fins det kontraster. Er komposisjonen preget av geometriske hjelpefigurer som sirkel, oval, firkant, trekant, spiral eller skrålinjer. Har bildets komposisjon ett eller flere oppmerksomhets punkter.

Enkeltdeler: Er det få eller mange enkeltdeler eller enheter i bildet. Er formene flate, eller ser de tredimensjonale ut.

Farger: Er fargene lyse eller mørke, mange eller få. Er fargene naturlige, subjektive, ekspressive, symbolske eller dekorative. Dominerer enkeltfarger. Er fargene kjølige eller varme. Fins det fargekontraster.

Lys og skygge: Komme lyset fra en definerbar kilde (solen, månen, stearinlys, elektrisk lys). Befinner lyskilden seg innenfor eller utenfor bildeflaten (bildets romillusjon). Kommer lyset inn i bilderommet som fra et spotlys. Er det kontraster mellom lys og skygge. Hvilken oppgave har skyggene: skape illusjon av tre dimensjoner på en todimensjonal flate, tydeliggjøre form og rom, vektlegge visse områder eller skape stemning.

Rom: Gir bildet en illusjon av rom (tredimensjonalt) eller flate(todimensjonalt).

Tid: Fremstiler bildet en øyeblikksskildring eller en evighetsskildring. Gjengir bildet en nøytral nåtidsskildring. Tar det lang eller kort tid for deg som betrakter å oppfatte bildet visuelt.

Bevegelse: Gir bildet en illusjon av bevegelse. Med hvilke virkemidler har kunstneren oppnådd dette.

Formidlingsteknikk ved ulike målgrupper – noen tips

Barnefamilier

- store aldersforskjeller
- husk at du skal kommunisere både med foreldre og barn
- involver både voksne og barn
- husk at barn blir utålmodige
- tilpass budskapet
- vær konkret, visualiser, still spørsmål
- er barna fornøyde, vil stort sett foreldrene være det også

Barn

- gjør besøket så hyggelig som mulig, tilpass deg barnas behov
- hjelp barna til å få en positiv opplevelse
- skap positive holdninger til stedet du guider på
- hjelp dem til å få et forhold til de gjenstandene, tingene dere ser på og opplever
- gjør det til en lek, bruk spørsmål
- la barna få tid til selv å oppleve, se og registrere ting
- få i gang en dialog med barna
- stimuler dem til å snakke seg i mellom
- lær barna å oppdage på egenhånd
- vær tålmodig, aldri nedlatende
- barn synes det er spennende å lære, spill på det

Ungdom/skoleklasser

Det som kompliserer

- de er mest opptatt av seg selv og hverandre (sosialisering)
- striden mellom barnet og den voksne formidleren.
- behov for selvstendighet, men også trygghet.
- de ville helst vært et helt annet sted, hotellet, restaurant, kaffebaren
- de føler at de er på ferie.
- de er oppmerksom i veldig kort tid, har problemer med å konsentrere seg over noe tid
- vær forsiktig med ironi, unngå sarkasme.

Det du bør gjøre

- guiden må samarbeide med læreren, men samtidig vise at det er han/hun som styrer guidingen, har ansvar for turen
- lærere fungerer ofte som reiseledere, gruppen er ofte dominert/influert av sin lærer
- forklar gruppen hvilken funksjon guiden har, gjerne i relasjon til læreren
- sett noen rammer (holde sammen, vente på hverandre, følge guiden, ansvarsfordeling...)
- forklar hva dere skal gjøre og se, gå gjennom programmet
- gjenta viktig informasjon (de er dårlige lyttere)
- korte dynamiske innlegg
- ha korte innlegg (5 – 8 min)
- ta utgangspunkt i deres kunnskapsnivå, ikke vær overbærende
- ta dem og deres livssituasjon på alvor
- spill på deres kompetanse

- still spørsmål, involver dem
- lytt til deres kommentarer og tilbakemeldinger
- si ja, ikke nei
- vis oppriktig interesse
- aksepter at de ikke husker tung og uvant informasjon
- være positiv, gi ros når de følger med
- være entusiastisk
- bruk eksempel fra deres livsverden, sett deg inn i deres språk, men ikke overdriv (balansegang)
- du har et ansvar og en mulighet til å skape positive holdninger til f. eks museumsbesøk og kulturformidling

Seniorer/pensjonister

Ingen ensartet gruppe. Vi har eldre og yngre seniorer, en voksende gruppe.

Ta hensyn til

- fysiologien (aldring)
- ting tar noe mer tid
- syn, hørsel, gange

Det du bør gjøre

- behandle med respekt og aktelse
- kommuniser så tydelig som mulig
- ta utgangspunkt i deres livsverden, husk de har opplevd mye av den nære historien, kanskje mer en deg, benytt ressursene deres
- ta pauser, vær oppmerksom på tegn på tretthet
- legg inn tid for samtale, og gi tid til egen opplevelse – hvis mulig
- tenk språkføring, formulering og artikulasjon
- tenk stemmebruk og stemmevolum

Funksjonshemmede

Ulike typer funksjonshemming krever ulik tilnærming.

For alle gjelder:

- de skal behandles med respekt
- ikke vær nedlatende
- gjennomfør jobben din som for en hvilken som helst annen gruppe

Binde og svaksynte

- Hvis svaksynt - kartlegg graden av svaksynthet
- Grip aldri fatt i noen uventet, si hva du gjør
- Bruk korte, konkrete beskrivelser
- Ikke unngå "seende ord"
- Hvis mulig la deltakerne berøre ting
- Mange blinde har en egen oppfatning av farge, så ikke være redd for å bruke fargehenvisninger, lys og mørke
- Husk at de som andre skal ha det hyggelig
- Utnytt akustikken i et rom for å gi begrep om størrelse (slå hende sammen i rommet, lyden sier noe om dimensjonene.
- Unngå trapper
- Plasser en blind person bak en seende person ved vandringer

Døve og hørselshemmende

- sett deg inn i gruppens behov
- bruker de tolk
- du guider gruppen ikke tolken
- snakk tydelig, ikke for lange sekvenser (det skal tolkes)
- stå med ansiktet vendt mot gruppen
- hold mikrofonen vekk fra leppene
- ta pauser
- aktiviser dem, still spørsmål
- ikke spis, eller tygg

Rullestolbrukere/bevegelseshemmende

- sjekk tilgang til de stedene som skal besøkes
- unngå ujevne underlag
- tilpass farten
- hvis du ikke kommer inn på besøksstedet med rullestol, sørg for at vedkommende får mest mulig informasjon (brosjyrer osv)
- legg inn ekstra tid for toalettbesøk
- vær tålmodig og positiv
- vær bevisst at du snakker til en sittende person, bøy deg ned

Det norske reiselivsprodukt

Mål

Kandidatene skal ha innsikt i næringens oppbygging, arbeidsområder, rammebetingelser og samfunnsmessig betydning.

- Hva innebærer begrepet «et bærekraftig reiseliv»
- Organisering av reiselivsnæringen i Norge
- Lover og forskrifter – allmennretten
- Reiselivsnæringens betydning for lokalsamfunn (verdiskaping)
- Turiststrømmer

Turistgeografi

- Aktivitetstilbud
- Nasjonale attraksjoner
- Geologi
- Kartgeografi
- Klimatiske forhold
- Natur- og kulturseverdigheter
- Naturforhold, topografi
- Plante og dyreliv
- Samferdsel og transporttilbud

Reiselivsnæringen

Nærings- og fiskeridepartementet har fra 1. januar 2014 ansvaret for å utforme en fremtidsrettet nærings- og fiskeripolitikk. Reiselivet er et av ansvarsområdene.

Se www.regjeringen.no/nb/dep/nfd/id709/

Reiselivsnæringen er en av verdens raskest voksende næringer.

Norge har gode muligheter for å ta sin del av den internasjonale veksten.

Reiselivsnæringen skal være en av de næringer Norge vil leve av i fremtiden. Reiselivspolitikken skal bidra til å utvikle en høyproduktiv og kunnskapsbasert næring.

I Norge har reiselivsnæringen store betydning som distriktsnæring.

Regjeringen la i januar 2015 frem en rapport «Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial». Rapporten var bestilt av næringsminister Monica Mæland, utarbeidet av Menon Business Economics, i samarbeid med Høgskolen i Buskerud og Vestfold

Den nye verdiskapingsanalysen viser at norsk reiseliv skaper verdier for 70 milliarder kroner i året. Nå forventes det at både nordmenn og utlendinger vil feriere mer i Norge. Men veksten i reiselivet kommer ikke av seg selv.

Regjeringen ønsker å føre en reiselivspolitik som virker og hvor tiltakene faktisk gir effekt. For å gjøre dette trenger vi mer kunnskap.

Se <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/ny-rapport-om-verdien-av-norsk-reiseliv/id2364231/>

Én næring – i to typer markeder

I rapporten er reiselivsnæringen delt inn i fem hovedbransjer; opplevelser, servering, overnatting, transport og formidling.

Reiselivsnæringen betjener ikke bare folk på reise, men også lokalbefolkningen som kjøper opplevelser, serveringstjenester og transport der de bor. I tillegg er det viktig å understreke at reisemotivet varierer mellom ulike kundegrupper. Det vanligste og viktigste skillet går mellom ferie/fritidsreisende (med andre ord turister) og yrkesreisende. Dette skillet er viktig fordi sistnevntes motiv for reisen ikke er reiselivstilbudet på stedet, men et yrkesbasert formål.

Fakta om norsk reiseliv (2016)

- Norsk reiselivsnæring har nesten 160 000 tilsette.
- Samlet årlig verdiskaping er på nesten 70 milliarder kroner.
- Reiseliv står for fem prosent av verdiskapinga i norsk næringsliv.
- Næringen har fem hovedbransjer: opplevelser, servering, overnatting, transport og formidling.
- Transport er størst målt i verdiskaping, med nesten halvparten av den samlede verdiskapingen.
- Servering er størst målt i tall på tilsette, med nesten 50 000 tilsette.

(Kjelde: Verdiskapingsanalysen)

Norsk reiselivsnæring karakteriseres av å være en geografisk spredt, eksportrettet og arbeidsintensiv tjenestenæring. Reiselivsnæringen er, sammenlignet med de fleste andre næringer, mer geografisk spredt, noe som både skyldes at hver enkelt landsdel har sitt unike naturlandskap og sin egen historiske arv, samt at reiselivsnæringen betjener lokalk markedet rundt omkring i landet.

Reiselivsnæringen selger serverings-, opplevelses- og transporttjenester til innbyggere i egen by eller kommune, og næringen selger tilsvarende tjenester til bedriftsmarkedet. I tillegg til å betjene lokalk markedet konkurrerer reiselivsnæringen om internasjonale og nasjonale turiststrømmer i hard konkurranse med lignende destinasjoner i inn- og utland; en krevende konkurranse for en arbeidsintensiv tjenestenæring i et av verdens rikeste land.

Reiselivsnæringen og reiselivsproduktet er et konglomerat av ulike tilbud - fra små enkeltprodukter til komplekse helheter på store geografiske områder, fra alle typer aktiviteter og attraksjoner til enkle innkvarterings- og transporttjenester.

Næringen består av mange små bedrifter fra flere virksomhetstyper; hoteller, restauranter, virksomhetene er til dels svært forskjellige. Det som binder bedrifter fra disse virksomhetstypene sammen og gjør dem til reiselivsbedrifter, er det faktum at de lever av mennesker på reise - turister, yrkesreisende, kurs- og konferansegjester. Disse reiselivskundene etterspør helhetlige produkter, hvor ofte overnatting, servering, transport og opplevelser inngår. Det innebærer at de ulike virksomhetstypene leverer komplementære produkter.

Natur- og kulturbaserte goder er kjernen i reiselivsproduktet. Det er tilgangen på uberørt natur, fossefall, dype fjorder, snødekte fjell, fugleliv, lakseelver, midnattssol, nordlys, fruktblomstring, stavkirker, arkitektur, kunstsamlinger og byliv som er næringens ressursgrunnlag. Med utgangspunkt i dette ressursgrunnlaget leverer norske reiselivsbedrifter opplevelser og andre tjenester til nordmenn og utlendinger.

Definisjoner:

Reiseliv:

UNWTO (United Nations World Tourism Organization):

*Reiselivet omfatter personers reise og opphold utenfor det geografiske området hvor de vanligvis ferdes, og hvor hovedformålet med reisen **ikke** er å få lønnet arbeid på stedet de besøker, (og uten at personene nødvendigvis må ha overnattet utenfor egen bolig).*

Georg Kamfjord definerer **reiselivet** på denne måten:

Reiselivet er det livet man lever midlertidig, et annet sted enn på hjemstedet, når formålet med oppholdet ikke er fast arbeid.

Andre måter å definere reiselivnæringen på:

- 1) Reiselivnæringen er en næring sammensatt av flere sektorer som har sitt grunnlag i produksjon, organisering og markedsføring av tilbud som tar sikte på å dekke menneskers behov for transport, overnatting, servering og aktiviteter eller opplevelsestilbud utenfor eget hjem
- 2) Reiselivnæringen er en fellesbetegnelse på næringer som i større eller mindre grad er avhengige av de reisendes konsum. Overnattings-, serverings-, deler av transport- og opplevelsesnæringen, reisebyråer og formidlingsvirksomheter er en del av reiselivnæringen.
- 3) Reiselivnæringen er en fellesbetegnelse på bransjer der salget til reisende utgjør en betydelig andel av produksjonen. Transport-, overnattings-, serverings- og formidlingsbedrifter samt aktører som tilbyr ulike former for attraksjoner og aktiviteter er alle deler av reiselivnæringen.

Begrepet «**besøks- og opplevelsesnæring**» brukes stadig oftere om reiselivnæringen.

Reiselivsproduktet (Kamfjord):

Reiselivsproduktet er den helhet av varer, tjenester eller frie goder som tilfredsstiller den reisendes behov i forbindelse med opphold utenfor hjemstedet. Som del av produktet forstås også det området hvor forbruket av varer finner sted.

Definisjonen fokuserer på det faktum at det helhetlige reiselivsproduktet alltid består av flere delprodukter levert av ulike produsenter.

Reiselivnæringen (sektorene/produsentene):	Reiselivsproduktet (elementene):
• Transport (persontransport)	- Reisemål eller attraksjon
• Servering	- Transport
• Overnatting	- Overnatting/servering
• Aktivitets- og opplevelsestilbud	- Opplevelser/aktiviteter
• Informasjon, formidling og salg	- Årstid
• Annen service	

Organisering av reiselivet

Nærings- og fiskeridepartementet har en egen reiselivsavdeling. Avdelingen følger opp regjerings reiselivssatsning og reiselivspolitik.

Reiselivsnæringen er en sammensatt næring som består av ulike sektorer og aktører, dette medfører mange ulike organisasjoner. Reiselivsnæringen er fragmentert og preget av mange små bedrifter i ulike bransjer.

Organiseringen av reiselivsnæringen har vært diskutert i mange år. Regjeringen er opptatt av at midlene som bevilges over offentlige budsjetter benyttes på en mest mulig effektiv måte. Dette gjelder også de midlene som direkte og indirekte går til å finansiere ulike deler av destinasjonsselskapsstrukturen i Norge.

Dagens struktur for reisemålsselskaper

I dag er norsk reiseliv i de fleste områder av landet organisert etter en modell med landsdelsselskaper og destinasjonsselskaper. Landsdelsselskapene har fokus rettet mot internasjonal markedsføring av regioner/ landsdeler, mens destinasjonsselskapene arbeider både internasjonalt og nasjonalt med markedsføring av en destinasjon. En destinasjon kan bestå av en eller flere kommuner, ofte organisert innenfor et naturlig geografisk område for et reisemål.

Landsdelsselskapene er organisert som aksjeselskaper med fylkeskommunene og reiselivsnæringen som eiere. Destinasjonsselskapene er lokale og eierstrukturene varierer, men de er i hovedsak organisert med kommuner og lokale reiselivsbedrifter som eiere. Landsdelsselskaper og destinasjonsselskaper har som hovedregel både ulike eiere og finansieringskilder, men de utfører i noen utstrekning oppgaver som må sies å være overlappende. I de områder hvor det ikke finnes landsdelsselskaper er det som oftest fylkeskommunale organisasjoner i form av reiselivsråd som koordinerer markedsføringen innenfor det enkelte fylke. I områder med landsdelsselskaper og destinasjonsselskaper finnes det i flere områder også fylkeskommunale og kommunale selskaper som arbeider med reiselivsrelaterte oppgaver.

Dagens struktur knyttet til offentlig (med)finansierte landsdelsselskaper destinasjonsselskaper, reiselivsråd mv. i reiselivsnæringen er uoversiktlig.

En undersøkelse fra 2013 viste at det eksisterte 146 reisemålsselskaper i Norge. 67 reisemålsselskaper dekket kun én kommune, 60 var interkommunale og 3 dekket fylker. Videre var det 4 landsdelsselskaper og 12 tematiske organisasjoner. I tillegg var det til sammen 160 turistkontorer som ikke er driftet av et reisemålsselskap (Enger & Lundblad, 2013). En undersøkelse av organisasjonsapparatet i 2011 estimerte at organisasjonene hadde inntekter på ca. 600 millioner kroner og sysselsatte mer enn 500 personer. Både i volum og i typen oppgaver de utfører, utgjør derfor reisemålsorganisasjonene en viktig del av reiselivsnæringen (Jakobsen E. , 2011). Det er om lag 150 regionale og lokale organisasjoner i reiselivsnæringen i Norge. Til sammen har de totale inntekter på ca. 600 mill. kroner og sysselsetter flere enn 500 personer.

Utfordringer ved dagens struktur

Ifølge NHOs kartlegging har reiselivsnæringen i Norge, som i de fleste andre land, utviklet et markedsapparat som er geografisk basert. Reisemålsselskapene utfører et bredt spekter av oppgaver, i egne øyne er den viktigste ofte å drive markedsføring.

Innovasjon Norge er Norges nasjonale markedsføringsorgan, mens selskapene på landsdels-, regions- og destinasjonsnivå markedsfører sine reisemål på norske og utenlandske markeder. Andre oppgaver reisemålsselskapene utfører, er blant annet reisemålsutvikling, turistinformasjon, vertskap, booking og salg.

Frem til 1990-tallet besto organisasjonsstrukturen i norsk reiselivsnæring av tre nivåer. Et kommunalt reiselivsråd, et fylkesbasert reiselivsråd og et nasjonalt nivå for internasjonal markedsføring. På 1990-tallet ble det etablert en rekke regionale og interkommunale destinasjonsselskaper og fem landsdelsselskaper. Disse ble organisert som aksjeselskaper og styrt av reiselivsnæringen selv. Organisasjonsmodellen ble lansert av statlige myndigheter ved inngangen til 1990-årene, og var ment å skulle erstatte det gamle organisasjonssystemet. Resultatet ble imidlertid at mange av de gamle organisasjonene fortsatte å eksistere, slik at man mange steder i dag opererer med hele fem geografiske nivåer.

Reiselivsorganisasjoner

Noen organisasjoner arbeider innad i de enkelte sektorene. Andre legger vekt på å samordne sektorene, eller retter seg mot forbrukerne.

Vi har fire hovedgrupper av organisasjoner innenfor reiselivsnæringen:

- Reiselivsorganisasjoner
- Bransjeorganisasjoner
- Fagorganisasjoner
- Faglige interesseorganisasjoner.
- Forbruker og ideelle organisasjoner

Her er eksempel på noen slike organisasjoner:

Dette er organisasjoner som skal samordne og videreutvikle reiselivet innenfor et geografisk avgrenset område (f. eks. byer, kommuner, fylker, regioner eller hele landet).

Arbeidsoppgaver:

- | | |
|-----------------------|---------------------------|
| - produktutvikling | - salg (booking) |
| - produktorganisering | - ivareta vertskapsrollen |
| - informasjon | - kompetanseheving |
| - markedsføring | - kvalitetssikring |

Tradisjonell inndeling – tre nivåer:

- Lokale reiselivslag og destinasjonsselskap, «visitselskap»: disse dekker en eller flere kommuner. I Oslo har vi VisitOslo - visitOslo.com - som har ansvar for markedsføring av byen, har egen kongressavdeling, og besøkssenter i Østbanehallen.
- Regionale reiselivsorganisasjoner - gjerne kalt landsdelsselskaper. Landsdelsselskap: disse dekker ofte et fylke eller deler av flere fylker. Fjord Norge – fjordnorway.com - markedsfører for eksempel vestlandsfjordene.
- Nasjonal organisasjoner: i Norge er det **Innovasjon Norge** som er en

felles organisasjon for hele landet, den skal bidra til økt verdiskapning i reiselivsnæringen og øke kjennskap til Norge som reisemål.

Innovasjon Norge jobber blant annet med markedsføring, finansiering, kompetanseheving og rådgiving rettet mot reiselivsnæringen. Hovedkontoret ligger i Oslo. Hovedkontoret har også ansvar for avdelingskontorene og utenlandskontorene.
Se: innovasjon norge.no.

Bransjeorganisasjoner:

NHO- Reiseliv:

NHO Reiseliv er en arbeidsgiver- og næringslivsorganisasjon for reiselivsnæringene i Norge. Organisasjonen er en av de største landsforeningene i NHO og dekker hele landet med syv regionforeninger. NHO Reiseliv legger til rette for å sikre verdiskapning i reiselivsnæringene.

Viktigste arbeidsoppgaver:

- Gi bistand og service til medlemmene
- Være premissleverandør overfor myndighetene i næringspolitiske spørsmål
- Sette dagsorden i saker som berører reiselivsnæringen
- Synliggjøre reiselivsnæringene og formidle informasjon både internt til medlemmer og eksternt til publikum og presse.

Hovedorganisasjonen Virke:

I 2011 skiftet HSH- Handels- og servicenæringens hovedorganisasjon navn til Hovedorganisasjonen Virke. Virke har egen avdeling for reiselivsbransjen. Denne er delt i Virke Reise Norge og Virke Reise Utland.

Virke Reise Norge er bransjefelleskap for norske reiselivsbedrifter og bedrifter som jobber med innkommende turisme til Norge. Blant medlemmene i finnes bedrifter innenfor overnatting, servering, turoperatører som setter sammen og selger reiser til Norge i det internasjonale markedet, bilutleiefirmaer, de største guidefirmaene i Norge, fleste cruiseagentene i Norge. Virke deltar i arbeidet med den norske reiselivssatsingen, og møter blant annet i Reiselivsutvalget i Nærings- og handelsdepartementet.

Virke Reise Utland var tidligere Den Norske Reisebransjeforening DNR, den nasjonale interesseorganisasjonen for reisearrangører og reisebyråer i Norge. DNR fusjonerte med HSH (Nå Virke) i 2001. Bransjeforeningen feirer sitt 75-årsjubileum i 2014.

Virke Reise Utland arbeider på tre plan: Som talerør for bransjen, påvirkning av medlemmenes rammebetingelser, og som "helpdesk" for medlemmer i individuelle bransjesaker.

Forum for reiseliv: Forum for Reiseliv ble stiftet 23. september 2004 med det formål å skape en sektorovergripende allianse innen reiselivsnæringen. Som grunnlag for arbeidet er det utarbeidet et næringspolitisk program for reiselivsnæringen. I tillegg drives det prosjekter og utredninger.

Den norske økoturismeforeningen

Norsk økoturisme - Den norske økoturismeforeningen, er en uavhengig landsdekkende organisasjon. Foreningen har til formål å fremme økoturisme i Norge og internasjonalt, samt bidra til å styrke bedriftene og merkevaren Norsk Økoturisme nasjonalt og internasjonalt.

Alle som støtter foreningens formål kan bli medlemmer. Alle sertifiserte økoturismebedrifter er medlemmer av foreningen.

Hanen

Hanen er en landsdekkende næringsorganisasjon for virksomheter innen bygdeturisme, gardsmat og innlandsfiske i Norge, med medlemsbedrifter over hele landet. For tiden er det vel 400 medlemsbedrifter. Hele landet er delt inn i 12 regionlag, ledet av hvert sitt regionstyre med regionleder.

Fagorganisasjoner

Hotell og restaurantarbeiderforbundet (LO)

Norsk transportarbeiderforbund (LO)

Privatansattes Fellesorganisasjon (YS Yrkesorganisasjonenes Sentralforbund)

Faglige interesseorganisasjoner

Turistkontorenes Landsforening

Norges Guideforbund

Nortind- norske tindevegledere

Norges Reiselederforening.

Andre

Cruise Norway

Norway Convention Bureau

Forbrukerorganisasjoner og ideelle organisasjoner

NAF – Norsk automobilforbund

Reklamasjonsnemnda for selskapsreiser

Landslaget for Norske Vandrerhjem

Den Norske turistforening

Foreningen for skiidrettens fremme.

Reiselivsorganisasjoner – adresser:

Departement:	
Nærings- og fiskeridepartementet	www.regjeringen.no/nb/dep/nfd/id709/ velg Reiseliv
Arbeidsgiverorganisasjoner:	
NHO-Reiseliv NHO Næringslivets hovedorganisasjon	nhoreiseliv.no
Hovedorganisasjonen VIRKE	Virke.no velg Reise
Arbeidstakerorganisasjoner:	
Hotell- og restaurantarbeiderforbundet	hraf.no
Andre:	
Forum for reiseliv	forumforreiseliv.no
HSMAI (Hotel, sales, marketing association international)	hsmi.no
Innovasjon Norge	innovasjonnorge.no velg Reiseliv visitnorway.no
VisitOslo	visitoslo.com
Den norske økoturismeforeningen	ecotourismnorway.no/
Norway Convention Bureau	norwayconventionbureau.no
United Nations World Tourism Organization. UNWTO	unwto.org
Hanen	hanen.no
Norsk bygdeturisme og gardsmat	norsk-bygdeturisme.no
Norsk Reiselivs Forum NRF	reiselivsforum.no
Cruise Norway	cruise-norway.no
Oslo Cruise Network	oslocruisenetwork.no
UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)	unesco.no/verdensarven/verdensarven-i-norge
Norges Guideforbund	norgesguideforbund.no
Nortind – norske tindevegledere	nortind.no
Statistikk	
Oslo: på VisitOslo	visitoslo.com/no velg bransje/presse
Norge: Statistisk Sentralbyrå	ssb.no/reiseliv

Attraksjoner

Reiselivsproduktet er et sammensatt produkt. Produktet kan defineres på ulike måter, en enkel måte å definere reiselivsproduktet på, er å si at det består av fire hovedelementer:

- reise
- bo
- spise
- gjøre

Gjøre-elementet omfatter alle typer attraksjoner, opplevelser, aktiviteter og severdigheter på et reisemål. I turistgeografien ligger fokus på dette produktelementet. Det er attraksjoner som ofte styrer våre valg av reisemål.

Attraksjoner, severdigheter, opplevelser

Begrepsbruken er ikke alltid like entydig når det gjelder begrepene attraksjoner, severdigheter og opplevelser. En måte å skille på er å si at attraksjoner er den fellesbetegnelsen vi bruker om det de reisende kommer for å besøke. Attraksjoner er kjernen i mange turistprodukt og blant de viktigste årsakene til at steder blir besøkt i ferie- og fritidssammenheng. Attraksjoner er ofte unike, spesielle og særegne i forholdet til reisemålet.

Attraksjoner

Vi velger reisemålet på grunn av attraksjoner. Forventningene er ofte knyttet til opplevelsen av en enkelt attraksjon (for eksempel Nordkapp). Attraksjoner kan ha ulik tiltrekningskraft eller *attraksjonskraft*. Attraksjonskraften henger nært sammen med hvilke motiver og forventninger som ligger bak beslutningen om å besøke et sted. Attraksjonskraft har noe med "image" å gjøre. Det vil si at ikke bare er det faktiske tilbudet, men også hvordan dette oppfattes, som er av stor betydning. Noen steder er mer "in" enn andre. Trendene endrer seg stadig. Ikke bare steder, men også innkvartering, servering og transport kan ha attraksjonskraft.

Attraksjoner kan klassifiseres (Leiper 1990) i:

- *Primærattraksjoner* (fyrtårn) er attraksjoner med stor attraksjonskraft, og som er utslagsgivende for valg av reisemål.
- *Sekundærattraksjoner* er attraksjoner man er kjent med før avreise, som understøtter valg av reisemål uten å styre valget, men som *kan* påvirke reiseruten.
- *Tertiærattraksjoner* er attraksjon man blir kjent med på reisemålet.

Det er ikke attraksjonen i seg selv som er primær, sekundær eller tertiær, de er primær-, sekundær- eller tertiærattraksjoner etter hvilke øyne som ser, eller etter de markeder man har med å gjøre.

Attraksjoner (natur- eller kulturbaserte) utgjør noe av det ressursmessige grunnlaget for reiselivsprodukter og reiselivsproduksjon. Reisemål består svært ofte av klynger av attraksjoner, for eksempel byer som London, Oslo, Barcelona og København, eller områder som Lofoten, Gudbrandsdalen og Nildalen i Egypt.

Severdigheter

Severdigheter er severdige, dvs. verdt et besøk, men har mindre attraksjonskraft enn attraksjoner. De har ikke nok attraksjonskraft i seg selv. Vi velger ikke reisemål på grunn av dem, men vi tar dem med på kjøpet når vi er der.

Vigelandsparken er for eksempel en *attraksjon*. Den er unik. Det fins bare én slik park, den har stor attraksjonskraft. Det kongelige slott i Oslo er en *severdighet*, det fins mange mer kjente og spesielle slottsanlegg i Europa som har større attraksjonskraft, for eksempel Versailles uten for Paris, Buckingham Palace i London.

Opplevelsesmåter

Attraksjoner og opplevelser står i et gjensidig forhold til hverandre. Vi kan snakke om fire opplevelsesmåter: *å se* – *å være* – *å gjøre* – *å lære*.

Å se

- Det vil si at den besøkende betrakter og ser. Dette blir en passiv form for opplevelse. De besøkende deltar på sightseeingturer, de reiser fra sted til sted med buss, bil eller tog, og betrakter synslandskapet. De observerer/iakttar landskapet, den naturen de reiser i.

Å være

- Det vil si at den besøkende bringes inn i noe og er til stede med alle sine sanser i noe. Den besøkende blir en del av miljøet på stedet. I tillegg til å se, kan vi kjenne, lukte, føle og erfare stedet. Atmosfæren, auraen, til stedet blir en viktig del av opplevelsen. Torvet i en søreuropeisk by, solnedgangen på stranden i Thailand, det å spise reker på bryggekannten på Sørlandet om sommeren, er eksempel på det *å være*.

Å gjøre

- Det innebærer alle former for opplevelser som bygger på organiserte eller uorganiserte aktiviteter. Den besøkende deltar selv aktivt. Alle former for sport og fysiske utfordringer inngår i denne kategorien. Rafting, juving (det å vandre i juv), brevandring, alle former for skigåing, fiske, golf osv. Det *å gjøre* kan også gjelde andre områder, matlaging, vinsmaking, kunstmaling. Opplevelsestilbud som bygger på interaktiv teknologi.

Å lære

- Det innebærer at den besøkende bringes inn i en læringssituasjon, enten organisert eller uorganisert læring. I tillegg til *å se*, *gjøre* og *være*, ønsker vi også å lære noe nytt, eller utdype eksisterende kunnskap. Studieturer, tilrettelagte vandrestier og ruter, seminarer og foredrag tilrettelagt og knyttet til oppholdet er eksempel på *å lære* i denne sammenheng. Pedagogisk tilrettelagte utstillinger og opplevelser.

Autentisitet, atmosfære, stedsånd.

Autentisitet er et mye brukt begrep i reiselivssammenheng. Mange turister er på jakt etter det autentiske, det de oppfatter som ekte og opprinnelig, et samfunns virkelige atmosfære. Hva er ekte? De historiene som vi som turister ynder å fortelle når vi kommer hjem, er de som går ut på at vi har vært med på noe som *ikke var for turister*, men som var for de lokale. Det opplever vi som mer *ekte* enn tilrettelagte turistiske opplevelser.

Aura

Andre søker det som er blitt kalt *auratiske* opplevelser. "Innlevende stedsopplevelser", "stedets romantikk", "roen og freden", "det pulserende liv" er mulige aspekter som i stor grad dekkes av

begrepet *aura*. Turistene bruker begreper som opprinnelig, ekte, naturlig, primitivt, enkelt, idyllisk, sjarmerende, koselig fredelig, lite, rent, gammelt og spesielt. Aura er det at opplevelsene er knyttet til andre kvaliteter enn det visuelle. Turistene vil fange inn en genuin, helhetlig atmosfære som et steds folkeliv. Det gir auratiske opplevelser. Det å ta vare på og bygge opp under et steds aura er en stor utfordring for reiselivsutviklere.

Inndeling av attraksjoner i forhold til ressursgrunlaget

En måte å dele inn attraksjoner på er å ta utgangspunkt i ressursbruken og attraksjonenes basisressurser. Attraksjonenes basisressurser defineres på ulike måter i reiselivslitteraturen. Men vi kan si at de ulike definisjonene på mange måter er variasjoner over samme tema. En måte å gruppere på er å dele attraksjoner i hovedkategorier etter ressursgrunnlag.

Attraksjonskategorier	
Naturbaserte attraksjoner	
Skapte attraksjoner	
	<i>Kommersielle:</i>
	Opplevelsesanlegg
	Alpinanlegg
	Temaparker
Kulturbaserte attraksjoner	
	<i>Ikke kommersielle:</i>
	Museer
	Monumentalbygg
	Historiske steder
	Kirker

Naturbaserte attraksjoner

Naturbaserte attraksjoner er attraksjoner som bygger på, bruker og i ulik grad forelder naturressursene. Naturen har en sentral plass i aktivitetsgrunlaget for det ferie- og fritidsbaserte reiselivet. De naturbaserte betingelsene kan ha direkte eller indirekte innvirkning på reiselivsvirksomhet. Spesielt viktig er forhold som for eksempel geografisk beliggenhet, klima, geologi (berggrunn og jordsmonn), topografi (terreng, landskaps- og høydeforhold), vegetasjon (flora), hydrologi (vannets kretsløp), dyreliv (fauna).

Eksempel på noen naturbaserte ressurskategorier:

- Uberørt natur som for eksempel:
nasjonalparker, urskog, villmarksområder, ren luft, safariparker, innsjøer, havområder...
- Enkelt attraksjoner i form av enkelt stående naturfenomen som for eksempel:
Besseggen, Torghatten, Trollstigen, Prekestolen, Vøringsfossen, Nærøyfjorden, Briksdalsbreen...
- Natur tilrettelagt for rekreasjon, lek og sport som for eksempel:
turstier, fiskeplasser, klatreanlegg, rafting, juving.....

- Natur som grunnlag for næringsformål, som også kan utnyttes turistisk, for eksempel: Landbruksarealer, skogbruksarealer, damanlegg
- Natur som grunnlag for kunnskapsformidling som for eksempel: nasjonalparker, akvarier, botaniske hager, arboreter.....

Klimatiske forhold som attraksjon

Klima er også en naturressurs som har betydning for reiselivsproduksjonen. Klimatiske opplevelser kan være attraksjoner i seg selv. Klima er ofte en bestemmende faktor for valg av reisemål. De sterke nord/sør reisestrømmene på den nordlige halvkulen er eksempel på dette.

Mange turister er opptatt av været. Vi nordmenn vil ha godt vær i ferie og fritid. Godt vær for oss er sol og varme. Derfor er også reisestrømmene fra Norge til klimatiske varme områder sterke. Mennesker som bor i områder med stabilt varmt og solrikt klima er ikke så opptatt av "godt vær" i vår forstand når de skal ut å reise. "Dårlig vær" kan til og med være en attraksjon i seg selv.

For utvikling av visse typer reiselivsvirksomhet og reiselivstilbud er klima og klimatiske forhold helt avgjørende. Vintersportsteder må ha riktige topografiske og klimatiske forhold, dvs. terrenget må være slik at det kan anlegges bakker og løyper, og klima slik at det blir nok snø i vintersesongene.

Beliggenhet som attraksjon

Hvor et område ligger på kloden er bestemmende for hvilke naturressurser de kan bruke i reiselivsproduksjonen. Midnattssol, vintermørke og nordlys er gode eksempel på naturbaserte attraksjoner som er betinget av beliggenheten. Typiske sydendestinasjoner med strender og varmt hav er andre eksempel.

Topografi og vegetasjon som attraksjon

Landskap kan by på store kontraster. Mange velger reisemål nettopp ut fra ønske om å oppleve bestemte typer landskap. Norge er et reisemål som mange velger ut fra ønske om å oppleve ulike typer landskap eller det vi i reiselivssammenheng kan kalle ulike synslandskap. Vi er kjent for våre fjorder, dype fjordarmer med steile fjellvegger og strandbelter med jordbruk (Hardangerfjorden med fruktdyrking). Fjellområder, vidder, isbreer, skoger og åpne jordbruksarealer. Kystlandskap med holmer og skjær (Sørlandet).

Hydrologi (vann) som attraksjon

For reiselivsvirksomheter er vassdrag dvs. bekker, elver, fosser og innsjøer verdifulle ressurser. Det er også havområdene, særlig de kystnære havområdene er attraktive når det gjelder å utvikle reiselivstilbud. Hvalsafari, fiske, dykking, alle typer vannsport, seiling og cruising er bare noen eksempel på tilbud som bygger på vannforekomster..

Dyreliv – fauna som attraksjon

Et rikt dyreliv er en ressurs for et land som også kan utnyttes i reiselivssammenheng. Jakt og fiske som opprinnelig var en aktivitet for å skaffe mat til livets opphold er nå blitt en fritidsaktivitet. Visse former for jakt som villdyrsafari har endret seg fra jakt til fotosafari. Det å oppleve ville dyr i deres naturlige miljø har blitt en aktivitet i seg selv. Tilrettelegging

av slike tilbud krever innsikt og forstand. De må tilfredsstille dagens behov uten å ødelegge for fremtidens (bærekraftig reiselivsplanlegging). De må bidra til positivt å beskytte naturen og stimulerer til naturforståelse.

Kulturbaserte attraksjoner

Ordet kultur har mange betydninger. Sterkt forenklet kan vi si at alt som er lært og bearbeidet av mennesket er kultur. Vi kan snakke om et kulturelt meningsinnhold, dvs. menneskers tanker og følelsesliv; kulturelle ytringsformer eller kunstformer, som litteratur, musikk, teater, billedkunst og arkitektur. Kulturelle opplevelser kan være knyttet både til uttrykksformer og meningsinnhold i den lokale kulturen.

Det er mange ulike definisjoner av begrepet kultur. Ofte skiller vi på det vi kaller et snevert kulturbegrep som vil si at kultur er billedkunst, skulptur, musikk, litteratur, opera eller teater. Eller vi kan snakke om et vidt kulturbegrep, da tenker vi på kultur som samfunn, historie, tradisjoner og samtid. Antropologene bruker et tredje kulturbegrep. Kultur er da et sammensatt betydningssystem med felles normer, ideer, verdier, kunnskap og forestillinger. Når vi jobber med reiseliv forholder vi oss til alle disse betydningene av kulturbegrepet.

Kulturopplevelser

En kulturopplevelse er betegnelsen på en følelsesmessig reaksjon i møtet med mennesker og det menneskeskapte. Samfunn med atmosfære, steder med autenticitet, steder med aura bidrar til kulturopplevelser.

Eksempel på noen kulturbaserte ressurskategorier:

Kulturlandskapet eller den "kultiverte" natur som er det samlede bild av landskapet med dyrkede områder, arkitektur og bosetting.

- Historiske kulturminner som gravhauger, helleristningsfelt, boplasser, historiske utgravninger....
- Teknologi og teknologisk utvikling kan også utvikles som opplevelses- og aktivitetsanlegg.
- Gastronomi. Mat er viktig for de reisende. De fleste vil smake på typiske retter. De vil vite noe om lokale mat og drikke på de stedene de besøker.
- Permanente kulturelle attraksjoner som museer, historiske steder, kirker, parker, monumental bygg.....
- Levende folkekulturtradisjoner som vi kan oppleve gjennom dagliglivet på stedet, gjennom musikk, teater, dans, håndverk, byggeskikk historiske spill, festivaler, lokale tradisjoner

Skapte attraksjoner

Skapte attraksjoner er bygd som opplevelsestilbud, eller kunstige masseattraksjoner, med betydelig attraksjonskraft knyttet til underholdning og deltakelse i spektakulære opplevelse.

Andre

UNESCOs verdensarvliste: Bryggen i Bergen (1979), Urnes stavkirke (1979), Røros (1980), Helleristningne i Alta (1985), Vegaøyene i Nordland (2004), Struves meridianbue (2005), Geirangerfjorden (2005), Nærøyfjorden (2005).

Norske kulturmiljøer som er fredet.

Per i dag er sju kulturmiljøer i Norge vedtatt fredet. Det er fiskeværret [Sør-Gjæslingen i Nord-Trøndelag](#), [gården Havrå i Hordaland](#), området rundt [Utstein kloster i Rogaland](#), [Skoltebyen Neiden i Finnmark](#), [Kongsberg Sølvverk](#), [Sogndalstrand i Rogaland](#) og området rundt [Birkelunden park i Oslo](#).

Nasjonale turistveger

Nasjonale turistveger er 18 kjøreturer gjennom vakker norsk natur der opplevelsen forsterkes med nyskapende arkitektur og tankevekkende kunst på tilrettelagte utsiktspunkt og rasteplasser. Statens vegvesen står bak dette arbeidet.

Med Nasjonale turistveger skal Norge gjøres til et enda mer attraktivt reisemål som bidrar til å styrke næringslivet og bosettingen i distriktene. Til sammen skal det investeres 3,5 milliarder på satsingen, som blant annet involverer 10 fylkeskommuner, 64 kommuner og lokalt næringsliv.

I 2023 skal Nasjonale turistveger stå fram som en fullverdig attraksjon med sine 250 rasteplasser og utsiktspunkt langs vel 2000 km veg. Se: https://no.wikipedia.org/wiki/Nasjonal_turistvei

Mest besøkte attraksjoner

Mest besøkte attraksjoner i 2013

Mest besøkte attraksjoner i 2013	Antall besøkende
Fløibanen	1 131 707
Holmenkollen Nasjonalanlegg og Skimuseet	686 857
Bryggen i Bergen	583 510
Kristiansand dyrepark, Kristiansand	532 044
TusenFryd, Ås/Oslo	501 235
Flåmsbanen, Flåm	457 545
Hadeland glassverk, Jevnaker	431 400
Fredrikstad festning/Gamlebyen	372 360
Vikingskiphuset, Oslo	314 560
Hunderfossen Familiepark, Øyer v/Lillehammer	270 500

Norges 25 mest besøkte attraksjoner (2010)

1. Vøringsfossen, Måbødalen	14. Dalsnibba, Geiranger
2. Trollstigen, Romsdalen	15. Lysefjorden
3. Bryggen i Bergen	16. Avaldsnes i Rogaland
4. Geirangerfjorden	17. Prekestolen, Lysefjorden
5. Gamlebyen i Fredrikstad	18. Skudeneshavn, Karmøy
6. Nærøyfjord	19. Laksforsen, foss i Vefsna, Nordland
7. Briksdalsbreen, Oldedalen i Stryn	20. Saltstraumen
8. Sognefjellsvegen	21. Lindesnes fyr
9. Atlanterhavsveien	22. Torghatten, Nordland
10. Aksla, Ålesund	23. Sogndalstrand, Rogaland
11. Lofoten	24. Nigardsbreen, Luster
12. Bøyabreen, Fjærland	25. Besseggen, Jotunheimen
13. Byrkjedalstunet, Dirdal	

Oslo

Se VisitOslo for 10 tips til alternative attraksjoner i Oslo:

<http://www.visitoslo.com/no/aktiviteter-og-attraksjoner/10-tips/alternative-attraksjon>

Miljø og reiseliv

Landskapsopplevelser og tilgang på "ren og uberørt natur" er viktige momenter for turister som besøker Norge.

Landskapet og naturressursene er råstoffet og eksistensgrunnlaget for en stor del av turismen over hele verden, så vel badeturismen i Syden som bilturismen i Norge og fjellvandring i Himalaya. Også menneskeskapt miljøer innenfor slike naturmessige rammer er viktige deler av turistopplevelsene.

Turismen har imidlertid vist seg å ha forstyrrende virkning på landskapet og samfunn den utfolder seg i. Vi snakker om turismens miljøvirkninger, både på natur, kultur, klima og andre fysiske omgivelser.

Masseturismen, der den utviklet seg, har hatt mange negative virkninger. I Alpene og Middelhavskysten var problemene så mange og så store at det er blitt et politisk poeng å tenke og handle alternativt i forhold til det man har gjort lenge. Motivene for å drive med turisme er fortsatt de samme – å tjene mest mulig penger med minst mulig innsats. Begrepene som har blitt brukt om alternativ turisme er mange. Begrepet "grønn turisme" henspiller på at miljøhensyn står sentralt, og at man driver med en form for turisme som søker å skåne naturen mest mulig, og å imøtekomme kravene fra de grønne politiske bevegelsene.

Økoturisme, eller økologisk turisme er et annet begrep. Begrepet ble først gang brukt i 1980. Idealet som ligger til grunn, er en turisme som bidrar til balanse i økosystemet. Økoturisme brukes også om turisme som tar hensyn til det sosiale og kulturelle miljøet.

"Bærekraftig turisme" er et annet begrep som innebærer at neste generasjon skal ha samme muligheter som dagens mennesker til å få tilfredsstilt sine behov i forhold til reiselivs- utvikling.

Begrepet "ansvarlig reiseliv" brukes stort sett i samme betydning som bærekraftig; det omfatter natur, miljø og kultur – for eksempel kulturarv og samfunn.

Innenfor reiselivet eksisterer det en forståelse av at det å ta vare på miljøet er en nødvendighet dersom reiselivsnæringen skal overleve på lengre sikt. Et livskraftig miljø er helt avgjørende for fremtidig reiselivsutvikling.

Reiselivsnæringen er forholdsvis lite regulert og operer mange steder med henimot full frihet. For eksempel kan enhver som vil, ta med seg mennesker ut i norsk natur og ta penger for det, så lenge alminnelige lover og regler overholdes. I de fleste andre næringer trengs det både lisens for drivere og konsesjon for driften.

Når turismen får et stort omfang og samtidig er naturbasert, merker en raskt effekter på naturen: slitasje, forurensning, kommersialisering og visuell forringelse av naturkvalitetene, samt forstyrrelser og beskatning av flora og fauna. Dette har ført til konflikter mellom verneinteresser og næringsinteresser.

I Norge har turismen fått utvikle seg uten påviselige problemer av alvorlig karakter og uten særlige konflikter. Bare på få steder i Norge kan det pekes på slitasjeproblemer i naturen. Mest kjent er stien

over Besseggen i Jotunheimen. Mange mener at den er blitt så bred og brun at den skjemma landskapet. Nordkapp-platået preges av en viss slitasje på vegetasjonen, men der skylder man på beiting av reinsdyr og ikke turister. Et tredje sted er Magdalenadalen på Svalbard. Rundt 20 000 turister går i land der hver sommer, og det merkes både på vegetasjon og kulturminner.

På et område har turismen vært i konflikt med andre næringsinteresser i Norge – men mest på en indirekte måte. Det gjelder den norske sel- og hvalfangsten. Internasjonal opinion og miljøorganisasjoner er sterke motstandere av denne fangsten. Turismen er blitt dratt inn i konflikten ved at det er blitt fremsatt trusler om turismeboikott av Norge.

Problemer for naturbasert reiseliv:

Kystområder og øyer: arealbeslag (marinaer, parkeringsanlegg, hyttefelt...)

Kloakkutslipp, forstyrrer fugle- og dyrelivet, forsøpling av strender,
Plukking av skjell og koraller, olje søl

Fjellområder: erosjonsproblemer, belastning fra biler, sykler, motoriserte terreng kjøretøy..
Veier, parkeringsanlegg, turistanlegg, fjerning av trær i alpin anlegg....

Villmarks- og skogområder: forringelse av sårbare økosystemer og sjeldne landskapstyper.
Direkte skader på planter og dyr, støyforurensning, forsøpling rundt
rasteplasser, spredning av smitt i vassdrag, bygging av veier,
parkeringsplasser, kiosker, toaletter ...

Hvordan begrense skadevirkningene?

Myndigheten søker å regulere turisttrafikken gjennom mer effektiv planlegging. I mange turistområder reguleres virksomheten av verneplaner og arealplaner for bygningsmessig utnyttelse, motorisert ferdsel og så videre. Antall nasjonalparker og landskapsvernområder har økt. Og formålet er til dels å skjerme sårbare naturområder. Det er også et myndighets ansvar å sørge for nok infrastruktur (løsninger på kloakk, avfall, transport og liknende) før man går i gang med truismeutvikling i et område.

I Norge har man opprettet flere institusjoner som skal jobbe med miljøspørsmål blant annet Innovasjon Norge som har sterk fokus på bærekraftig reiseliv, økoturisme og har et utviklingsprogram for grønt reiseliv (se disse innovasjonnorge.no). Motivering, bevisstgjøring og opplæring av ansatte i reiselivsnæringen er også viktige tiltak for både offentlige myndigheter og reiselivsnæringen.

Arbeide for å oppnå forbedringer innenfor områder som avfallshåndtering, sanitæranlegg, resirkulering, energiforbruk, motorisert transport, bruk av bygningsmaterialer, utforming av anlegg, design og arkitektur.

Bidra til at reiselivsnæringen kritisk vurderer sitt ressursbruk. Andre tiltak er å kreve miljøvennlige produkter av underleverandører og aktiv formidling til de reisende om hvordan de bør innrette seg for å skåne miljøet. Miljømerking av turistprodukter er et annet eksempel.

Mange hevder at reiselivsnæringens fortsatte eksistens er sterkt miljøavhengig.

Lov om pakkereiser og reisegaranti (pakkereiseloven).

www.lovdatab.no/all/nl-19950825-057.html

§ 2-1. Pakkereise

Med en pakkereise menes et tilrettelagt arrangement, som varer i mer enn 24 timer eller omfatter overnatting, som selges eller markedsføres til en samlet pris, og som inneholder minst to av følgende elementer:

- 1) transport,
 - 2) innkvartering som ikke utelukkende er å anse som ledd i en transporttjeneste,
- eller
- 4) andre turisttjenester som utgjør en vesentlig del av arrangementet, men som ikke er direkte knyttet til transport eller innkvartering.

Et arrangement som går inn under første ledd regnes som pakkereise selv om de enkelte elementer blir fakturert hver for seg.

Et arrangement går inn under første ledd når arrangøren legger opp til at kunden velger ut enkeltelementene selv, men hvor elementene fremtrer som tilpasset til å kombineres. Endret ved lov 8 sep 2006 nr. 62 (i kraft 1 jan 2007 iflg. res. 8 sep 2006 nr. 1044).

Hva er en pakkereise?

Pakkereiser omfatter både tradisjonelle charterturer og arrangementer som inneholder minst to av følgende tre elementer:

- transport
- innkvartering
- "annen turisttjeneste", f.eks. reise med overnatting til sport- eller underholdningsarrangement.

Turen må være med overnatting, eller den må vare mer enn 24 timer.

01.01.2007 trådte det i kraft nye endringer i definisjonen av hva som er en pakkereise. Tidligere var det et vilkår at arrangementet måtte være "på forhånd" tilrettelagt. Endringen går ut på at "på forhånd" fjernes. Dette medfører at flere reiser nå vil kunne bli omfattet av loven. For eksempel er bestilling på internett blitt mer vanlig, og på enkelte nettsteder legges det opp til at kunden selv plukker ut elementer til en reise og setter disse sammen. Det er presisert i pakkereiseloven at det vil kunne være en pakkereise der bl.a nettsteder legger opp til at kunden velger ut enkeltelementene selv, men hvor elementene fremtrer som tilpasset til å kombineres.

Det er fortsatt et vilkår at arrangementet er markedsført eller solgt til en samlet pris.

Eksempler på pakkereiser:

En ukestur til Syden med reise og opphold inkludert. Et hotellopphold i Lærdal med innlagt laksefiske. En tur med Hurtigruten kan være en pakkereise når transport, opphold, måltider og opplevelser er innlagt. Turen kan også være en ren transport fra ett sted til et annet - da er den ikke en pakkereise.

Trender 2010 (Kilde: Innovasjon Norge)

Den økonomiske veksten som har vært etter annen verdenskrig har ført til at våre basale behov er dekket. Dette gjør at vi kan rette fokus på opplevelser, og valg av reisemål er blitt en prioritet for mange i vesten. Det er blitt viktig for oss å leve det livet vi finner meningsfylt og dyrke våre interesser. Det å ha et opplevelsesrikt liv gir status.

Endringene kommer fra ulike sfærer rundt oss. Noen variabler kan næringen selv være med på å påvirke, men den må til en stor grad tilpasse seg endringene som skjer i de ulike sfærene. Samtidig kan disse endringene gjør at helt nye aktører gjør sin inntreden på markedet, slik at konkurransesituasjonen endres underveis.

Lavprisyflyselskap inntog på 1990-tallet har snudd opp ned på luftfarten. Antall ruter har eksplodert og et godt flytilbud en av de viktigste suksessfaktorene for destinasjoner. Mer enn 80 prosent av veksten innen utenlandske ankomster til Norge fra 2001 til 2006 skyldes at det kommer flere til Norge med fly. Det er veksten i flytrafikken som driver veksten i internasjonal turisme. Veksten som dominerer kommer derimot ikke alle destinasjoner til gode. Billige flybilletter har bidratt sterkt til at vi reiser mer og mer hvert år, men varigheten på reisene blir kortere og kortere. Samtidig vet vi at de som kommer på korte turer i større grad reiser til byene enn til distriktene.

Polarisering

Det forventes at det vil bli en polarisering mellom etterspørselen etter masseturisme på den ene siden og mer kvalitet/individuelle ferier på den andre. Med masseturismen menes nødvendigvis ikke lav kvalitet. Vi forventer stadig mer til en lavere pris, samtidig som vi ser en gruppe som er villig til å betale mye for "den store opplevelsen".

Demografiske endringer

Demografi blir kalt en megatrend og det er ingen tvil om at endringer i befolkningsstrukturen vil ha en innvirkning på reiselivet ut fra et lengre perspektiv. Vi vet med sikkerhet at det blir flere eldre, samtidig som dagens eldre er "yngre" og har en helt annen helse og aktivitetsnivå enn tidligere generasjoner. De har bedre råd og bruker mer penger på seg selv.

Individualisme og selvrealisering

Dette er det største verdiskiftet som preger vår tid. Vi har gått veien fra en kollektiv tankegang til en individualisert yringsform. Som en naturlig følge av individualisme kommer selvrealisering. Det blir viktig for oss å utvikle oss som mennesker. Motivet for reisen blir derfor kanskje ikke å se nye steder, men å oppdage og å utvikle seg selv som menneske. Reisen skal bidra til at man tar del i noe større enn seg selv.

Helse og sunnhetstrend

God helse, skjønnhet og ungdom er ensbetydende med lykke i dagens samfunn. Helseferier er i skuddet og kampen mot aldring utkjemper. Helseferier er ikke noe nytt fenomen, men det nye er at friske mennesker reiser på helseferier for å lade batterier, fikse på utseende, trene og å spise sunt. Begreper som "anti-aging" og "down-aging" er noe vi kommer til å se mer til innen reiselivet.

Det autentiske og ekte

Siden opplevelser er i fokus er det viktig at opplevelsen er autentisk og ekte. Lokale kulturopplevelser, med mat og nærhet til naturen, er i fokus. Valg av feriedestinasjon og hva man gjør av aktiviteter i ferien må være meningsfylt og blir tett knyttet opp mot hvordan man vil fremstå.

Klimaendringer og miljøvern

Klimaendringer er en av de viktigste trendene som vil påvirke turistnæringen på lengre sikt. Vi hører

utrykk som Grønnturisme, Økoturisme og Retroturisme, samtidig som nettet flyter over av gode råd om hva man bør satse på av ferieformer fremover. Økt bevissthet vil sannsynligvis føre til økt etterspørsel etter produkter som er miljømessig forsvarlige.

Terror

Usikkerheten her er knyttet til når nye terrorhandlinger finner sted og hvilke restriksjoner som blir innført som et resultat av disse. Undersøkelser viser at effekten av terrorangrep vare i tre måneder, men selv om turistene ikke lar seg skremme, påvirker dette turistnæringen indirekte gjennom nye internasjonale reguleringer. Se også: <http://www.innovasjon Norge.no/no/sok/?q=trender>

Trender 2015

Hentet fra Nærings- og fiskeridepartementets rapport: Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial.

Viktigste drivkrefter for norsk reiselivsnæring frem mot 2025

Vekst i internasjonal turisme

Internasjonal turisme drives i all hovedsak av tre viktige faktorer: globalisering, økonomisk vekst og demografiske endringer. Globaliseringen bidrar til økt menneskelig samhandling på tvers av landegrensene, noe som blant annet også innebærer at det å reise blir lettere. Global økonomisk vekst drives i stor grad av utflytting av vestlig industriproduksjon til land med lavere lønnskostnader i Asia, og har bidratt til at forskjellene mellom BNP i vestlige land og en del utviklingsland har blitt redusert år for år.

En økende middelklasse i Kina, India og andre globale vekstmotorer bidrar til at disse landene har den kraftigst voksende utreisemengden. Samtidig fører lav vekst i europeiske økonomier til svak etterspørselsutvikling i Norges viktigste markeder.

Demografi handler om befolkningsutvikling, og omhandler to viktige størrelser: befolkningsvekst og alderssammensetting. Befolkningsvekst uttrykker markedstørrelsen og alderssammensettingen uttrykker segmentstørrelse og segment-forskyvning. Det skjer en befolkningsvekst i de viktigste markedene for Norge, bortsett fra i Tyskland og Russland, samtidig med at andelen eldre vokser.

Global næringsstruktur – økt integrering

Globaliseringsprosesser som digitalisering, økonomisk vekst i utviklingsland, kulturell globalisering og bedre språkferdigheter skaper et stort potensiale for internasjonal konsolidering av reiselivsnæringen. I jakten på utnyttelse av stordriftsfordeler vil reiselivsnæringen sannsynligvis integreres både horisontalt og vertikalt. Til nå har flybransjen funnet sammen i store allianser, store internasjonale hotellkonsern har tatt kontroll over merkevare og distribusjon på tvers av land, de største internasjonale reisebyråene eier egne flyselskap og hoteller. På tross av store aktører som McDonalds og Disneyland er serverings- og opplevelsesbransjene i mindre grad dominert av store aktører. Det er sannsynlig at konsolideringstrenden innen reiselivsnæringen vil fortsette og at stadig større deler, i Norge og i utlandet, vil være eid av færre aktører og være knyttet til større allianser og nettverk.

Sentralisering – samfunnet konsentreres rundt sentrale områder

Sentralisering vil si at et samfunn blir konsentrert rundt et sentralt område, for eksempel gjennom flytting av arbeidsplasser, tjenester eller bosted fra et sted til en større by. Sentralisering vil gjerne bidra til økt produktivitet gjennom konsolidering av arbeidsmarkeder, men kan på den annen side bidra til at distriktet får et svekket tjenestetilbud. I 2025 vil en større andel av befolkningen bo i byer og tettsteder. Kultur- og opplevelsestilbud i urbane strøk blir bedre, med flere tilbud til norske og utenlandske turister. Samtidig kan deler av kultur-landskapet i Norge bli gjengrodd, med negative konsekvenser for den «autentiske» bygda som turistattraksjon. Urbanisering i Norges turistmarkeder

påvirker også preferansene til potensielle kunder. Turister fra travle storbyer kan ønske seg rolige naturopplevelser i Norge for å koble av. Urbane storby-mennesker kan imidlertid også vise seg å foretrekke by-ferie nettopp fordi de liker urbane tilbud og omgivelser.

Digitalisering – forenkling og effektivisering

Den eksponentielle teknologiske utviklingen har bidratt til at turistene alltid er online. Fremtiden ligger i tilgjengeliggjøring av sanntidsinformasjon på mobilen. Sosiale medier har bidratt til økt transparens som igjen fører til økt konkurranse og forbrukermakt. Den som oppnår forbrukernes tillit er morgendagens vinner, da tillit virker kjøpsutløsende. Digitaliseringen endrer verdikjeden i reiselivsnæringen, og Norge har svært stort potensial med tanke på online markedsføring og spredning av informasjon før reisen, og ikke minst under reisen i Norge der man har muligheten til å tilrettelegge høykvalitetsinnhold i sanntid. Tilgang på «big data» gir muligheter for kirurgisk markedsføring.

Klimaendringer – varmere og mer ustabil klima

FNs klimapanel har fastslått at det nå skjer menneskeskapte klimaendringer, og en temperaturøkning på under 2 grader er ikke lenger realistisk. En temperaturøkning gir høyere luftfuktighet, og dermed mere ekstremvær. En økning i ekstremvær vil gjøre det norske reiselivsproduktet mindre attraktivt, da primærattraksjonen i Norge er naturen – og med dårlig sikt og værforhold som gjør det vanskeligere å være utendørs vil naturopplevelsen svekkes. Relativt sett kan imidlertid norsk reiselivsnæring komme godt ut av klimaendringene, fordi mange land vil rammes samtidig men på ulikt vis, og Norge kan f.eks. bli mer attraktivt for land med økte temperaturer og mer tørke.

Etterspørselstrender

Optimalisering av tid

For å utvikle reiselivsproduktet i takt med turistenes behov, er det nødvendig å kjenne til reiselivstrendene. En viktig reiselivstrend er return on time. Til tross for at vi aldri har hatt kortere arbeidsdager og mere fritid, oppleves tiden som knapp og man blir opptatt av å få mest mulig igjen for tiden man bruker. Denne trenden sammen med globaliseringen og digital utvikling gjør at man blir eksponert for et hav av valgmuligheter. Mengden valg skaper behov for mellomledd, dvs. at noen systematiserer informasjonen slik at den blir mer tilgjengelig og man kan ta effektive valg. Trenden gjør at turistene forventer effektivitet i alle ledd av reisen; før, under og etter. De som ikke er klare å følge med på trenden er morgendagens tapere. Det skapes også en mottrend ved at turistene i en hektisk hverdag i større grad får behov for «slow travel», «digital detox», retreats osv.

Økt etterspørsel etter unike opplevelser

Å reise var tidligere en eksotisk aktivitet i seg selv, men i takt med økonomisk vekst har det å dra på ferie blitt et allment fenomen i mange land. Samtidig lever vi i et stadig mer individualistisk samfunn der mange er opptatt av å være unike og oppleve nye ting, samt å kunne kommunisere dette via bilder i sosiale medier. Det har derfor blitt en trend at stadig flere etterspør unike opplevelser på sine reiser, og tilbudet av aktiviteter på reisemålet kan være like viktig som reisemålet i seg selv.

Opplevelsesturisme har slik blitt et allment kjent begrep. Typen opplevelser som etterspørres varierer, men en generell definisjon av opplevelsesturisme kan være turisme som kombinerer fysisk aktivitet, kulturell utforskning og naturopplevelser.²⁷ Det kan innebære alt fra kajakkpadling, dykking og toppturer til å konsumere lokal mat og drikke og delta på festivaler. Rapporten «Adventure Tourism Market Study»²⁸ (2013) finner at 42 prosent av de reisende fra Europa og Amerika definerer seg selv som opplevelsesturister i 2012, mot 26 prosent i samme undersøkelse fra 2009. Studien viser også en forbruksvekst for opplevelsesturister på 20 prosent i samme periode. Ikke overraskende viser rapporten også at opplevelses-turister i større grad deltar i organiserte aktiviteter enn andre turister. Innovasjon Norges turistundersøkelser viser også en økende interesse for unike opplevelser, samt at dem som planlegger å gjøre aktiviteter i løpet av ferien er de mest fornøyde.

Flere eldre reisende – økt etterspørsel etter komfort

Befolkningen blir eldre, og eldre reiser stadig mer. Også blant eldre er unike opplevelser en trend, men eldre reisende etterspør i større grad skreddersydde pakkeløsninger og overnattingstilbud med høy komfort. Pakke-reisefirmaer som Star Tour har tidligere uttalt at det er stor etterspørsel etter temareiser i aldersgruppen 60+, samt høy grad av gjenkjøp av liknende turer. Eldrebølgen har sannsynligvis også bidratt til den observerte veksten i cruiseturisme.

Opplevelser

Opplevelsessektoren innen reiselivsbransje omfatter alt fra aktører innen kultur som teatre, opera, ballett, symfoniorkestre, kunstgallerier og biblioteker, samt aktører og tilbydere innen naturopplevelser som fjellguiding, havfiske, jakt, hundesledeturer og mer. Opplevelsessektoren har hatt en positiv verdiskapingsutvikling etter tusenårsskiftet, og vokser raskest av samtlige sektorer i reiselivsnæringen med hensyn til verdiskapning og ansatte.

Veksten er relativt jevnt fordelt mellom ulike former for kultur- og naturopplevelser.

Nord-Norge har fått mye internasjonal oppmerksomhet rundt nordlys, midnattsol og den arktiske naturen, noe som har bidratt til en sterk vekst i utenlandske turister.

Vestlandet har ikke hatt samme sterke vekst i utenlandske gjestedøgn som Nord-Norge, men har til gjengjeld hatt en svært sterk vekst i cruisepassasjerer i samme periode. I Bergen har det eksempelvis vært en passasjer-vekst på over 50 prosent fra 282 000 i 2009 til 443 000 i 2014. Det har vært svært sterk vekst på mange ulike vestlandsdestinasjoner, eksempelvis Geiranger, Stavanger, Flåm og Olden.

Kilder:

Turisme – Fenomen og næring: Jens Kr. Steen Jacobsen og Arvid Viken (red.)

Gyldendal Norsk Forlag AS ISBN 82-05-30897-7

Reiselivsproduktet: Georg Kamfjord, Reiselivskompetanse AS, ISBN 82-992929-4-8

Destinasjon Norge – Nasjonal strategi for reiselivsnæringen: Nærings- og Handelsdepartementet, produksjonskode: K-0720 B. Kom i 2012.

Nærings- og fiskeridepartementet 2015: Rapport: Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og potensiale.

Eksterne kilder

- <http://norgeskart.no>
- <https://www.met.no/>
- <https://www.visitnorway.no/reisemal/>
- <http://www.naturarv.no>
- <https://www.regjeringen.no/no/tema/transport-og-kommunikasjon/id928/>
- <https://www.naf.no/tips-og-rad/bilferie-og-reise/>
- <https://www.visitnorway.no/om-norge/barekraftig-reiseliv/>

Reiselivsstrategi 2014-2020 (IN)

<http://www.innovasjon Norge.no/globalassets/reiseliv/rapporter-og-publikasjoner/in-reiselivsstrategi-2014-2020.pdf>