



Samhälls – och Livsvetenskaper
Avd. för Geografi och Turism

Karin Wernersson

Berättelsens betydelse för en plats symbolvärde och turism

– Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf som en del av Värmlands identitet

The significance of the tale in relation to a place symbolic value and tourism

**Turismvetenskap
C-uppsats**

Datum/Termin: 08-01-23/HT-07
Handledare: Thomas Blom
Examinator: Lotta Braunerhielm

Sammanfattning

I denna studie har jag för avsikt att fokusera på den äldre litteraturen som resurs för en turistisk verksamhet i Värmland. Studiens syfte och frågeställningar ämnar undersöka om den äldre litteraturen som kulturarv används som en resurs för en turistisk verksamhet, hur den i så fall är uppbyggd och om/hur man arbetar för att upprätthålla verksamheten. Studien kommer också att undersöka vilken betydelse litteraturen har för Värmlands symbolvärde och identitet, då litteraturen representeras av Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf i denna studie. Jag undrar fortsättningsvis om litteraturen som symbol och identitet av Värmland används i ett marknadsföringssyfte. Avslutningsvis kommer uppsatsen fokusera på den värmländska litteraturturismens eventuella problem och möjligheter för att undersöka dess varaktighet i framtiden. Genom kvalitativa intervjuer med representanter från Alsters Herrgård, Mårbacka, Länsstyrelsen Värmland, Region Värmland, Värmlands Turistråd och Länsbiblioteket Värmland kommer studien att ge ett inifrånperspektiv av kulturturismen i Värmland. Med hjälp av utvald litteratur har en litteraturstudie genomförts. Studien baseras även på en Internetstudie utifrån de hemsidor som varit relevanta för denna studies syfte och en mindre broschyrstudie ligger också till grund för uppsatsen. Dessa metoder har jag valt för att ge studien både en hög reliabilitet och validitet. De teoretiska utgångspunkter som studien utgår ifrån handlar för det första om hur man använder sig av kultur och litteratur som en resurs för turism. Fortsättningsvis använder jag mig av teorier som behandlar hur litteratur kan ses som symboler och bilder av en plats, vilka tillsammans utgör en mental bild av platsen men även dess identitet. Avslutningsvis handlar den teoretiska grunden om hur man upprätthåller litteraturturismen för att ge den goda förutsättningar för framtiden.

I studiens resultatdel beskrivs först hur man arbetar med kulturturismen inom den offentliga sektorn i Värmlands län utifrån Länsstyrelsen, Region Värmland och Värmlands Turistråd. För att beskriva den marknadsföringssatsning som görs på Bok och Biblioteksmässan i Göteborg varje år från Värmlands sida har Länsbiblioteket kontaktats. Fortsättningsvis beskrivs litteraturturismen i Värmland utifrån fallstudierna Alsters Herrgård och Mårbacka. Dessa två platser kopplas till två kända författare, nämligen Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf som skapar ett starkt band till platserna, då författarna har använt sig av sina hemtrakter som inspiration i deras litterära verk.

Analysen visar att litteraturen är en betydelsefull resurs, symbol och identitet för Värmland och dess turism. Landskapet kopplas ofta ihop med berättandet då Värmland har en rik litteraturskatt men också förknippas med berättandet för den värmländska dialektens karaktär. Gustaf Frödings Alsters Herrgård och Selma Lagerlöfs Mårbacka används båda som värmländska symboler i landskapets marknadsföring, vilket visar på litteraturens betydelse för en plats identitet. När det gäller marknadsföringen av Värmland som litteratur- och kulturdestination har Kulturnätverket i Värmland en betydande roll då de marknadsför sig som en kulturell helhet, både för de enskilda kulturaktörerna, men även för den värmländska kulturturismen som destination.

Det råder ett visst spänningsfält mellan bevarandetanken och utvecklingstanken vilket kan vara svårt att hantera för kulturturismaktörer, då de både vill bevara ett kulturarv och göra det tillgängligt genom turismen. Det finns restriktioner för hur man tar hand om kulturminnen, vilket Länsstyrelsen reglerar. Kulturarvsaktörerna i studien menar att de reglerna är ett pris man får betala för att inte orsaka ett för stort slitage av kulturarvet. Detta skapar balans mellan bevarandetanken och kommersialiseringstanken.

Innehållsförteckning

1. Inledning	2
1.1 Bakgrund	2
1.2 Syfte och frågeställningar	3
1.3 Avgränsning och urval	3
1.4 Disposition	4
1.5 Begreppsförklaring	4
2. Metod	5
3. Teoretiska utgångspunkter	7
3.1 Tidigare forskning	7
3.2 Teoriram	9
3.2.1 Kultur och litteratur som resurs för en plats	9
3.2.2 Symboler, bilder och identitet	11
3.2.3 Verktyg till framgång	14
4. Kultur- och litteraturturism i Värmland	16
4.1 Kulturarv som resurs för en turistisk verksamhet	16
4.2 Litteraturturism	21
4.2.1 Gustaf Frödings Alsters Herrgård	21
4.2.2 Selma Lagerlöfs Mårbacka	25
5. Analys	29
5.1 Litteratur som resurs för en turistisk verksamhet	29
5.2 Symboler, bilder och identitet	31
5.3 Kultur- och litteraturturismens varaktighet i framtiden	33
6. Slutsatser	36
7. Diskussion	38
Litteraturförteckning	40
Bilaga 1: Intervjuunderlag till Alsters Herrgård och Mårbacka	
Bilaga 2: Intervjuunderlag till Länsstyrelsen Värmland, Region Värmland och Värmlands Turistråd	
Bilaga 3: Intervjuunderlag till Länsbiblioteket Värmland	
Bilaga 4: Gustaf Fröding	
Bilaga 5: Selma Lagerlöf	
Bilaga 6: Alsters Herrgård	
Bilaga 7: Mårbacka	

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Vid ett tidigare tillfälle har jag tillsammans med två kurskamrater fått möjligheten att skriva om litteraturturism, då om den samtida svenska skönlitteraturen och dess inverkan på en plats och dess turism. Hos mig finns fortfarande intresset kvar kring denna nisch av turismverksamhet när det är dags att skriva C-uppsats inom Turismvetenskap. Då vi i den tidigare studien fokuserade på den nutida litteraturturismen med Mikael Niemi, Camilla Läckberg och Henning Mankell som exempel, vill jag i denna studie istället fokusera på en äldre svensk litteratur. Då den förra studien visade att den samtida litteraturen används som en resurs för en turistisk verksamhet, ser jag det intressant att studera om den äldre används på samma sätt. Vi var redan då medvetna om den äldre kategorin litteratur och då vi inte hade för avsikt att studera den då, ger det mig nu möjligheten att dra i detta kulturarvssnöre.

Litteraturturismen kan härledas långt tillbaka i tiden tack vare religiösa skrifter som t.ex. bibeln, men min avsikt är att inte gå tillbaka lika långt i denna studie, utan hämta litteratur från slutet av 1800-talet till första delen av 1900-talet. Jag vill också stanna kvar i Sverige och studera den litteraturskatt vi berikats med, vilket fortsättningsvis Värmland får representera i studien. Det finns flera välkända och vällästa författare i Värmland: Esaias Tegnér, Erik Gustaf Geijer, Nils Ferlin, Göran Tunström och Bengt Berg är exempel på detta. Själv har jag dock en förkärlek till Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf som jag avser att fokusera på i denna uppsats som två exempel på två stora värmländska författare inom den äldre litteraturen. Jag anser det intressant att se dessa författare i samband med en eventuell turism och hur den i så fall ter sig. När det gäller litteraturturism använder man ofta författarens hem som en grund i en turistisk verksamhet, för att visa upp personen bakom böckerna, vilket visar att platsen också är av betydelse. Selma Lagerlöf förknippas starkt med sitt födelsehem Mårbacka och på samma sätt kopplar man ofta ihop Gustaf Fröding och Alsters Herrgård. Både Selma Lagerlöfs och Gustaf Frödings verk utspelar sig ofta i en värmländsk miljö och natur med mycket skog och vatten.

Litteraturen och det skrivna ordet är en stor del av vårt kulturarv och vi kan med hjälp av denna söka förståelse för en svunnen tid. För att bevara detta kulturarv till kommande generationer kan den användas som resurs för en turistisk verksamhet. Kulturarvsturism är något som fler och fler använder sig av för att locka besökare till en plats eller destination, där kulturarvet förknippas specifikt med en plats. Kulturarvet fungerar ofta som en del av den regionala utvecklingen på en plats, men även som ett medel för att bevara och bilda, samt identifiera.

När man jobbar med bevarandet av kulturarv finns ofta restriktioner och regler för vad man får göra och inte, för att inte försvåra eller förstöra strävan efter att bevara kulturarvet. Med hjälp av en turistisk verksamhet i samband med Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf kan man låta minnet leva vidare av dessa värmländska författare, men då turismen kan vara av ett exponerande och kommersiellt slag möter kulturarvsturismen ibland på problem och många överväganden måste göras. Intressant blir om dessa två turismverksamheter i Värmland har stött på denna problematik och hur de i så fall hanterar det, är det eventuellt en hämning i utvecklingen av verksamheten eller kan det ses som en drivkraft. Balansen mellan att bevara och att utveckla är något av det svåraste skulle jag tro inom kulturturismens verksamhet.

Fortsättningsvis kan man fråga sig om kulturarvsturismen är en varaktig verksamhet i framtiden, har den god potential eller finns det eventuellt några hinder? Intressant blir då att se hur Alsters Herrgård och Mårbacka arbetar för att hålla intresset vid liv och hur de ser på framtiden. Vad har de för drivkraft och visioner för att utvecklas och samtidigt bevara kulturminnet av Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf?

1.2 Syfte och frågeställningar

Utifrån denna bakgrund blir syftet med föreliggande studie att undersöka om och hur en äldre litteratur kan fungera som en resurs för en turistisk verksamhet. Studien kommer att fokusera på hur man använder sig av den äldre litteraturen i Värmland som en turistisk resurs, med Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding som två fallstudier. Använder man sig av dessa författare som ett kulturarv när man marknadsför vad som är specifikt för landskapet Värmland och vilket värde har dessa historiska författare för att locka besökare och turister till Värmland? Jag frågar mig fortsättningsvis hur den värmländska litteraturen påverkar bilden och identiteten av Värmland, vilken betydelse den i så fall har för Värmlands symbolvärde och hur man använder sig av denna resurs i ett marknadsföringssyfte. Avslutningsvis ämnar jag fokusera på denna litteraturturistiska nischs varaktighet i framtiden och se hur förutsättningarna ser ut för att utveckla den i Värmland.

- Hur använder man sig av den äldre litteraturen som en kulturturistisk resurs?
 - Hur ser detta specifikt ut på Mårbacka och Alsters Herrgård?
- Vilken betydelse har Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding för Värmland?
 - Påverkar dessa författare bilden av Värmland som plats?
- Vilka problemområden respektive möjligheter finns inom kulturturismen?
 - Är denna värmländska litteraturturism en varaktig verksamhet?

1.3 Avgränsning och urval

Medveten om det stora flertalet betydelsefulla författare i Sverige har jag i denna studie begränsat mig till landskapet Värmland och den äldre litteraturen som representeras genom författarna Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding, för att i studien behandla bevarandet och utvecklingen av litteraturturismen. Tidsplanen begränsar också studiens omfång och för att gestalta litteraturturismen i Värmland har jag limiterat valet av fallstudier till Gustaf Frödings Alsters Herrgård och Selma Lagerlöfs Mårbacka, vilket i första hand grundar sig i mitt egna litterära intresse för Gustaf Fröding, men även den med honom samtida Selma Lagerlöf.

I de kvalitativa intervjuer som genomförts har jag gjort ett urval av de nyckelpersoner som jobbar med kulturturismen i Värmlands län, vilka representerar offentliga instanser som jobbar med dito, nämligen Länsstyrelsen Värmland, Region Värmland och Värmlands Turistråd. För att representera arbetet som genomförs varje år på Bok och Biblioteksmässan i

Göteborg har mässansvarig vid Länsbiblioteket Värmland kontaktats. Intendenter som arbetar på Alsters Herrgård och Mårbacka har också intervjuats för att presentera deras perspektiv av kultur- och litteraturturismen.

Utvald tidigare forskning och teoretiska utgångspunkter motsvarar studiens syfte att behandla kultur- och litteraturturismen och tillsammans med det urval jag gjort av den litteratur som finns tillgänglig om kulturturism och om de aktuella fallstudierna kommer dessa tillsammans att ligga till grund för studiens analys. Det finns i Värmland många kulturmiljöer som ligger till grund för en turistisk verksamhet och jag har valt att studera kulturturismen i länet utifrån Länsstyrelsen, Region Värmland och Värmlands Turistråd och inte lokalt genom att kontakta respektive kommun. Det är kulturturismklimatet i Värmland som är intressant i denna studie, inte enskilt Karlstad respektive Sunne kommun.

Då Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding ofta är "Selma" och "Fröding" med hela svenska folket, tar jag mig friheten att i denna studie inte alltid skriva ut författarnas hela namn, vilket eventuellt kan ses som en begränsning.

1.4 Disposition

Studien tar sin början i en bakgrund om valet av ämnet vilket följs av en formulering av studiens syfte och frågeställningar. Inledningskapitlet följs vidare av studiens avgränsningar och urval, samt en mindre begreppsförklaring. Metodkapitlet förklarar vilka metoder och tillvägagångssätt studien genomförs genom och teoridelen beskriver den forskning som tidigare gjorts i ämnet och vilka teoretiska utgångspunkter studien har. I resultatet behandlas först kulturturismen i Värmland och presenterar de offentliga instanser som arbetar med kultur och/eller turism i länet. Vidare beskrivs de valda fallstudierna Gustaf Frödings Alsters Herrgård och Selma Lagerlöfs Mårbacka. I analysen kommer studiens teoretiska utgångspunkter appliceras på resultatet vilken är indelade i tre delar som handlar om litteraturen som resurs för en turistisk verksamhet, litteraturen som symbol, bild och identitet av Värmland, samt om litteraturturismens framtidsutsikter i länet. Avslutningsvis beskrivs studiens slutsatser följt av en diskussion om litteraturturismen i Värmland.

1.5 Begreppsförklaring

Litteraturturism:

Med litteraturturism avser denna studie den turism som grundar sin verksamhet utifrån en framgångsrik författare och/eller deras kända verk. I denna studie är det den äldre litteraturen som är aktuell som resurs för en turismverksamhet.

Äldre litteratur

Den äldre litteraturen begränsas till den som är skapad innan 1940-talet i denna studie.

2. Metod

Denna studie kommer att grundas på en kvalitativ metod för att på så vis få svar på arbetets frågeställningar. Studien har inte för avsikt att mäta något statistiskt utan istället vara deskriptiv i sitt slag och skänka en större förståelse och kunskap om kultur- och litteraturturismen i Värmland. För att få en större förståelse för arbetet och engagemanget kring kulturturismen och den litteraturturistiska verksamheten i Värmland anser jag det mest konstruktivt att använda sig av denna metod. Jag har valt ut de nyckelpersoner som arbetar med och kring kultur- och litteraturturism i Värmland och som jag anser vara ett relevant val av intervjuobjekt för denna studies syfte.

Jag har valt att vända mig till de intervjupersoner som kan ge ett inifrånperspektiv av kulturturismen i Värmland och är därför inte intresserad av den publika aspekten denna gång. För att få kunskap och förståelse för arbetet på Alsters Herrgård och Mårbacka, som är arbetets valda fallstudier, har intendenterna på respektive herrgård intervjuats; Per-Olov Byh på Alsters Herrgård och Britt Wenling på Mårbacka.¹ En första förfrågan angående deras eventuella intresse att svara på mina frågor skickades inledningsvis ut via mail tillsammans med ett intervjuunderlag, för att lite senare bli kontaktade av mig för en telefonintervju med respektive intendent.

Ytterligare fyra personer har intervjuats, som alla har en anknytning till kultur, turism, litteratur och/eller marknadsföring av kulturlandskapet Värmland. Detta med avsikten att få en inblick i hur man arbetar med kulturturismen i Värmland, vad den har för betydelse för landskapet och om hur de ser på kulturturismens framtid och varaktighet. Anders Heimer arbetar som projektledare på Länsstyrelsen, med ett uppdrag för att utveckla natur- och kulturturismen i Värmland. Vidare kontaktades Ulf Nordström på Region Värmland som arbetar under avdelningen "Kultur och Fritid". Som strateg jobbar Ulf Nordström med utveckling av kultur och fritid utifrån ett långsiktigt perspektiv, vilket han gör genom att bl.a. behandla de projektansökningar som Region Värmland mottar. Även Staffan Bjurulf, strateg under avdelningen för "Näringsliv, Arbetsmarknad och Turism" på Region Värmland, kontaktades men avböjde och hänvisade istället till ovan nämnda kollega Ulf Nordström. På Värmlands Turistråd har Cajsa Jansson intervjuats i egenskap av turistinformatör och marknadsförare av Värmland som turistdestination. Hennes tjänst innefattar ett utvecklat nätverksarbete, då hon bl.a. har kontakt med länets och landets resebyråer, turistföretag och ansvariga, där kulturturismen även finns representerad.² Avslutningsvis när det gäller de kvalitativa intervjuerna kontaktades Ingalill Walander Olsson på Länsbiblioteket i Värmland. Hon arbetar vanligtvis som bibliotekskonsult, men ansvarar tillfälligt för hela verksamheten som vikarierande chef för Länsbiblioteket.³ I hennes arbetsuppgifter ingår bl.a. att arbeta för utvecklingen av alla länets bibliotek i Värmland. Framförallt har jag valt att intervjua Ingalill Walander Olsson med tanke på det arbete Länsbiblioteket gör på Bok och Biblioteksmässan i Göteborg och Bokmässan i Värmland och som Walander Olsson är ansvarig för. Under dessa årliga mässor och framförallt den i Göteborg arbetar Länsbiblioteket för att uppmärksamma besökarna på det kultur- och litteraturrika Värmland.

Dessa valda intervjupersoner får i denna studie representera de som i länet Värmland arbetar med att utveckla och främja intresset för kultur och litteratur ur ett turistiskt perspektiv.

¹ Se bilaga 1

² Se bilaga 2

³ Se bilaga 3

En litteraturstudie ligger också till grund för denna studie och det finns många titlar att välja bland som är användbara, framförallt när det handlar om författarna Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf och deras födelse- och författarhem. När jag behandlat Gustaf Fröding och Alsters Herrgård har jag läst in mig på och utgått från *Gustaf Fröding och kärleken* av Johan Cullberg, *Alster 600 år* av Benkt Eriksson, *Gustaf Fröding* av Göran Lindström och *Fröding Själ* av Germund Michanek. I och med mitt arbete som guide på Alsters Herrgård om Gustaf Fröding har jag också använt mig av den kunskapen när jag skriver om Alsters herrgård och Gustaf Fröding. I Selma Lagerlöfs fall har *Livets Vågspel* av Vivi Edström, *Selma på Mårbacka* av Reijo Rüster och Lars Westman och *Käraste Selma Lagerlöf* av Marian Väpnargård legat till grund för bilden av Selma Lagerlöf och Mårbacka. Jag har även använt mig av De litterära sällskapens tidskrift *Parnass – tema Gustaf Fröding* för att beskriva mötet mellan Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf då de levde och verkade under samma tid.

När det gäller litteraturen om kulturturism och om kulturturismen specifikt i Värmland har jag använt mig av Värmlands Turistråds *Varumärkesplattform för Värmland* som beskriver hur Värmland vill profilera sig utåt, Anders Heimers rapport om *Utveckling av natur- och kulturturism i Värmland* och Länsstyrelsens tidskrift *Hållbar utveckling i Värmland* som innehåller en artikel om natur- och kulturturism som en utvecklingsbar besöksnäring. Utifrån dessa källor har jag gjort en litteraturstudie om kulturturism.

Utifrån broschyrerna *Turistresor Värmland*, *Bok i Värmland 2007* och *Upplevelser i Värmland och Hedmark* har jag studerat vilka kulturella och litterära symboler som används i marknadsföringen av landskapet. Genom denna broschyrstudie vill jag visa vilken bild som lyfts fram av landskapet och vad det är Värmland vill identifiera sig med.

Då det finns information om turismverksamheterna kring Mårbacka och Alsters Herrgård på respektive hemsida via Internet har jag även använt mig av en mindre Internetstudie. När det gäller de statliga institutionerna som Länsstyrelsen Värmland, Region Värmland, Värmlands Turistråd och Länsbiblioteket Värmland har jag även här sökt en viss del av informationen via Internet för att få en större kunskap om deras respektive offentliga verksamhet.

För att ge läsaren till denna studie en större förståelse och kunskap om Gustaf Frödings och Selma Lagerlöfs verk har jag gjort ett mindre urval av texter av de båda författarna.⁴ Det finns även bilder på Alsters Herrgård och Mårbacka för att få en uppfattning av platserna som behandlas i arbetet.⁵ Då dessa författares liv och verk är starkt sammankopplade ansåg jag det därför nödvändigt att ge exempel på deras verk. Jag har valt texter som visar på deras platsanknytning till Värmland och som är några av deras mest kända och folkkära.

Utifrån detta har jag valt att använda mig av kvalitativa intervjuer, litteraturstudier, broschyrstudier och Internetstudier som relevanta metoder för denna studie, vilket bidrar till en hög reliabilitet. Genom att se till att studera det jag frågar om från början avsett uppnår studien även en hög validitet. Det är viktigt för studien att så många perspektiv som möjligt blir presenterade för att ge en så täckande bild som möjligt av kultur- och litteraturturismens verksamhet och framtid i Värmland.

⁴ Se bilaga 4 och 5

⁵ Se bilaga 6 och 7

3. Teoretiska utgångspunkter

3.1 Tidigare forskning

I detta teorikapitel lyfts de studier som är skrivna kring kulturturismen och även specifikt i Värmland fram. Den forskningen som är riktad mot författarna Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding ur ett turistiskt, kulturgeografiskt eller företagsekonomiskt perspektiv är begränsat och den som finns är framförallt av litteraturvetenskaplig karaktär och inte motiverbar inom denna studies syfte. I de fem studier jag funnit beskrivs flera platser i Värmland som arbetar med kulturturism på olika sätt och platserna är Sahlströmsegården, Grums kommun, Fryksdalen och Sunne kommun. Den femte studien behandlar symbolernas betydelse för en plats och dess turism.

Marlene Sohl skriver i sin C-uppsats i Historia om Sahlströmsegården i Värmland, med titeln *Hur bevarar man ett kulturarv?*⁶ Genom en önskan av konstnärssyskonen Anna, Ida och Bror Sahlström har kulturarvet Sahlströmsegården bevarats som ett kulturcentrum. Sohls syfte med studien är att studera de aktörer som grundat gårdens kulturarv och hur arvets förts vidare från generation till generation. Fortsättningsvis sätter hon in Sahlströmsegården i en kontext av ett starkt kulturhistoriskt Värmland som använder sig av dito för en turistisk resurs, genom Rottneros, Mårbacka, Fryksdalen, Ransäter och Rackstad som alla är exempel på Värmlands kulturskatt. Sohl nämner även Selma Lagerlöfs Mårbacka och Gustaf Frödings Alsters Herrgård som exempel på museum med en författarprofil som kan representera Värmlands rykte som "författarnas och herrgårdarnas landskap".

Sohl för en diskussion om hur man bevarar kulturarvet. Hon skriver att en av faktorerna till kulturarvets utveckling och omhändertagande handlar om de eldsjälur som lägger hela sitt engagemang i en verksamhet för att driva den framåt. Andra viktiga faktorer är betydelsen av identitet i samband med kulturarv, att den besökare som upplever kulturarvet kan identifiera sig med det, men även ett ekonomiskt kapital är av stor betydelse för att klara av att starta upp en verksamhet, vilket Sahlströmsegården fick genom den tillhörande skogens inkomster. Avslutningsvis menar Sohl att det är av stor betydelse att hela verksamheten kring ett kulturarv strävar åt samma håll, med hjälp av kunnig och inspirerande personal, samarbete med andra kulturcentra och med bidrag från kommunen skapar bra förutsättningar för att driva kulturarvet vidare.

Om kulturarvet i Värmland och mer specifikt i Grums skriver Lena Hagsmo om i sin C-uppsats i Kulturgeografi, *Kulturarvet och kulturturismen i Grums, en plats i Värmland*.⁷ I denna studie vill Hagsmo förklara kulturarvets betydelse för turismen, men även turismens betydelse för kulturarvet och dess bevarande. Vidare skriver hon om den image som kulturen kan bidra till en plats. Hagsmo går grundligt igenom definitioner av begreppen och företeelserna kultur, turism och kulturturism i vid mening inledningsvis. Successivt snävar hon in på sin fallstudie i Grums kommun och det kulturutbud som används som turismresurs där, t.ex. Borgvik, Liljedals glasbruk och Edsholms slott. Utifrån Grums turistbyrås broschyrer om kommunen, konstaterar Hagsmo att det finns vissa bilder och symboler som förekommer med högre frekvens än andra, t.ex. Borgviks ruin, Sven Ingvars, L M Ericsson och Liljedals glasbruk. I sin analys menar hon att det ligger i turismen intresse att behålla det attraktiva och det unika genom att vårda kulturarvet, vilket betyder att göra kulturarvsobjekten

⁶ Sohl 2006

⁷ Hagsmo 2002

tillgängliga för besökare. Upplevelsen kan berikas genom en berättelse, myt eller sägen vilket en guide kan levandegöra. För att locka turisterna att besöka kulturturismen är det viktigt att fånga upp dem och intressera dem för kulturen då de eventuellt hade ett annat syfte med sin vistelse på platsen. Hagsmo tar Carl Christian Rümmelein till hjälp då han poängterar intressets olika grader inför en attraktion och att man då måste jobba utifrån olika strategier för att nå olika målgrupper. För att höja värdet av en plats, i detta fall symbolvärdet, är bilder och föreställningar av stor betydelse, vilket skapar relationer mellan platser och bilder. Beroende på vilka resurser platsen har att tillgå påverkas bilden av densamma.

I *Berättelsen i fokus för regional tillväxt*⁸ skriver Katarina Luukkonen om hur kulturen kan användas för att öka attraktionen av en region. Fryksdalen, som Luukkonen utgår ifrån, har en berättelsekultur som man tar tillvara då de ser den som en kommersiell bärkraft. Utifrån pilotprojektet "Berättardalen" handlar studiens syfte om att ge en förståelse och en ökad kunskap om hur en utvecklad resurs som berättelsen kan bidra till en ökad tillväxt på lokal nivå. Kommunerna som deltar i projektet är Kil, Sunne och Torsby. Målet med projektet var att visa ett exempel på hur regional tillväxt kan fungera i verkligheten, men de ville också skapa ett redskap till hjälp för andra aktörer att använda som förebild i deras arbete med att utveckla en region utifrån kultur. Man använder sig av RTP (Regionalt Tillväxt Program) i Värmland som underlag i arbetet att utveckla kommunerna. De utgår från ett inifrånperspektiv för att nå en lokal förankring och på så vis främja regionens tillväxt, men också den lokala identiteten.

Den gemensamma nämnaren för dessa tre studiers innehåll och mening är betydelsen av berättelsen, då den används som ett verktyg för att levandegöra kulturen i en turistisk form.

För att stanna kvar i Sunne skriver Nicklas Andersson om denna relativt lilla kommun och dess turism i sin uppsats *Lockelser i Sunne*.⁹ Han frågar sig hur turismen ser ut i kommunen, vilka symboler som används i ett marknadsföringssyfte och vilken profil Sunne väljer att använda sig av. Andersson kommer fram till att Sunnes största resurs är kulturen, vilket Mårbacka, Broby Gästgiveri och Rottneros Park är exempel på. Studien lyfter fram både för- och nackdelar med Sunnes något smala profilering, då de fokuserar på Selma Lagerlöf och Mårbacka i marknadsföringen av Sunne. Fördelarna handlar om att Selma Lagerlöf lockar besökare till kommunen och på så vis ökar intäkterna, men Andersson hyser samtidigt en oro inför att marknadsföra Sunne genom endast en person istället för en mångfald i kulturutbudet, då Sunne har många resurser att profilera sig genom.

Om platsens rika historiska och kulturella arv skriver Frida Johansson i sin uppsats *Historia, myter och symboler som turistresurs*.¹⁰ För att förstå varifrån vi härstammar och varför platser vi bor på ser ut som de gör är dess kulturarv av stor betydelse. Då kraven inom turismen ständigt ökar är det inte längre endast en plats turisten vill besöka, utan det är istället upplevelsen som står i fokus. Studiens syfte blir då att undersöka hur historia, myter och symboler används som resurs för att påverka en plats attraktionsvärde. Med hjälp av kulturarvet kan en plats bli mer levande men också användas som en turistisk resurs, vilket Johansson exemplifierar genom turismen kring Jan Guillous böcker om Arn. Hon beskriver hur bygden och turismföretagarna utnyttjar trilogin om Arn i sin verksamhet och marknadsföring, för att på så vis levandegöra platser som Skara, Husaby, Forshem och Varnhem i Västergötland. Dessa platser är några av de scener där berättelsen om Arn utspelas på.

⁸ Luukkonen 2005

⁹ Andersson 2002

¹⁰ Johansson 2002

3.2 Teoriram

3.2.1 Kultur och litteratur som resurs för en plats

Lotta Braunerhielms avhandling *Plats för kulturarv och turism*¹¹ behandlar kulturarvet som en resurs för en turistisk verksamhet, samt bilden av en plats. Fortsättningsvis skriver hon om plats och identitet som är starkt kopplade till varandra och i konflikten mellan bevarandetanken och kommersialiseringen blir identitet viktig, vilket är av intresse i denna studie. Braunerhielms syfte utgår från det spänningsfält som finns mellan kulturarv och turism, då olika aktörer upplever dessa två företeelser olika beroende på vilket förhållande de har till respektive. En annan utgångspunkt grundar sig i turismens ökade intresse för kulturarv och dess roll som utvecklingsresurs. Braunerhielm menar att kulturen har blivit både resurs, produkt och inkomstkälla, vilket hon exemplifierar genom Grythyttan. Detta gör kulturen till ett slags objekt som hanteras mer och mer utifrån ett ekonomiskt och kommersiellt perspektiv, till skillnad från det historiska och rumsliga.¹²

Men sällan är något helt svart eller vitt i relationen mellan kultur och turism, vilket gör ämnet intressant. Det råder en slags spänning mellan dem båda, som utgörs av en motsättning, men även av en möjlighet att närma sig varandra. Mötet mellan kulturarv och turism kan ge nya lokala utvecklingsmöjligheter och intresset för kulturarv har ökat kraftigt inom näringslivet, vilket har gett upphov till en kulturarvsindustri: en slags konsumtion av kulturarv och en del av upplevelseindustrin.¹³

Samtidigt har olika grupper av aktörer olika perspektiv, erfarenheter, intressen och värderingar och i dessa möten skapas möjligheten till konflikter, som bidrar till spänningen mellan bevarandetanken och utvecklingstanken. På en plats finns relationer som är kopplade till de förändringar som sker i samhället, som t.ex. globaliseringen, varugörandeprocessen och konsumtionssamhällets utbredning, vilket ofta ses som ett hot mot kulturarvet. Varugörandeprocessen och kommersialiseringen av en plats innebär att bytesvärdet kan frikopplas från bruksvärdet, med andra ord värderas en plats utifrån en produkt man betalar ett pris för, till skillnad från en plats bruksvärde.¹⁴

Plats och identitet är starkt kopplade till varandra och i konflikten mellan bevarandetanken och kommersialiseringen blir den platsanknutna identiteten än viktigare. Att de olika aktörerna identifierar sig genom olika perspektiv, förutsättningar och erfarenheter av en och samma plats förklaras genom att begreppet och fenomenet identitet är ett resultat av kulturella och sociala konstruktioner. När en plats eller en destination ska marknadsföras finns det olika bilder av en plats, vilket kan göra arbetet svårt att välja ut vilken bild man vill lyfta fram. Genom att konstruera och styra över produktens resurser skapas och utformas en specifik marknadsföringsbild som får representera platsen. Maktaspekten är intressant när man frågar sig vem som bestämmer hur bilden ska utformas. Oavsett hur bilden ser ut av en plats visar Braunerhielms studie att den bild som producenterna använder sig av i marknadsföringssyfte är även den bild som besökarna förknippar platsen med.¹⁵

¹¹ Braunerhielm 2006

¹² Ibid.

¹³ Ibid., s. 63

¹⁴ Ibid., s. 41, 67

¹⁵ Ibid., s. 45, 175

Braunerhielm menar att det ligger ett ansvar hos de kulturhistoriska besöksmålen att dra fördel av de turister som besöker platsen i kommersiellt syfte och fokusera på möjligheterna för att leva vidare. Ett exempel som Braunerhielm lyfter fram i studien är ”I Arns fotspår” i Västergötland som uppmärksammar kulturarvet och lyfter fram historien genom kommersiella former. Här har det historiska intresset ökat både bland lokalbefolkningen och bland besökarna. Den lokala identiteten kan även stärkas genom större kunskap om platsens historia och kulturarv. I detta fall har man valt att fokusera marknadsföringen på det historiska kulturarvet och det är även den bilden som besökarna identifierar destinationen med.¹⁶

Lotta Braunerhielm har tillsammans med Susanna Heldt Cassel skrivit artikeln *Från Astrid Lindgrens ideallandskap till vandringar i deckarförfattarnas fotspår*¹⁷ som belyser litteraturturismen som en av turismens alla nischer. En turismgenre som grundar sig på litteraturens landskap och dess påverkan av de förväntningar och upplevelser av platsen där turismen utspelas, så kallade berättelsedestinationer. Med hjälp av bl.a. litteraturen skapas bilder av en plats, som Braunerhielm och Heldt Cassel menar lever sitt eget liv och som inte nödvändigtvis har en direkt koppling till platsen. Dessa bilder kan fördelsaktigt stärka platsens identitet, samtidigt som de är användbara i marknadsföringen av dessa berättelsedestinationer. Det finns alltså ett slags symbolvärde hos dessa platser som kan ligga till grund för en turistisk produkt och verksamhet. Upplevelsen av platsen grundar sig i en litterär skildring som samtidigt fungerar som symbol för platsen. Denna symbol konstruerar både platsens identitet, men även konsumentens. Konsumenten påverkar destinationen genom besöket och upplevelsen, då det råder ett samspel mellan produkten och turistens erfarenhet, förväntningar och beteende. Det krävs alltså en viss förståelse av turisten som blir en förutsättning för hur berättelseplatsen skapas till en plats av upplevelser, ett så kallat ”kulturellt kapital”.¹⁸

Något som är karaktäristiskt för hela upplevelseturismen är att aktivitet och upplevelsen på den specifika platsen fungerar som en motsats till den vardagliga tristessen. Detta kräver något nytt, annorlunda och autentiskt av berättelsedestinationen, skriver Braunerhielm och Heldt Cassel. Specifikt för hur produkten och upplevelsen utförs är unikt och ser olika ut på olika platser, men platser som exemplifieras i artikeln är Astrid Lindgrens Småland, Kurt Wallanders Ystad och Selma Lagerlöfs Värmland. De skriver fortsättningsvis att bilden av en plats även påverkas av de bilder som konstrueras kring en berättelse och en plats, t.ex. en filmatisering av en litterär bok.¹⁹

För att utifrån detta plocka fram ett av författarnas exempel i artikeln väljer jag att lyfta fram Astrid Lindgren. Astrid Lindgrens Småland är något som många kan associera till och ofta har en entydig uppfattning kring. Utifrån miljöbeskrivningarna av t.ex. Katthult och Bullerbyn skapar man en bild av landskapet Småland genom Astrid Lindgrens böcker, på senare år även filmatiseringar. Då Astrid Lindgren använde sig av sin egen barndom till stor del när hon skrev sina barnböcker kan läsaren och betraktaren även uppleva Astrid som barn till viss del. Detta kan vara en del av den unika genuinitet som är karaktäristiskt för litteraturturismen. Personligen kan jag bli något besviken när Braunerhielm och Heldt Cassel berättar i sin artikel att filmatiseringen av *Alla vi barn i Bullerbyn* inte alls är inspelad i Småland, utan på Vaddö i Stockholms skärgård.²⁰ Det kan vara många med mig som har boken och filmatiseringen av Bullerbyn på näthinnan då man tänker på det småländska landskapet. Mig

¹⁶ Braunerhielm 2006

¹⁷ Braunerhielm & Heldt Cassel 2007

¹⁸ Ibid., s. 1-2

¹⁹ Ibid., s. 3-5

²⁰ Ibid., s. 6-8

veterligen finns dock en förlaga i Småland till berättelseplatsen om Bullerbybarnen, det är platsen som Astrid Lindgrens pappa växte upp på och genom hans alla berättelser till Astrid växte sagan fram. Genom detta förklaras även ett av författarnas inledande påstående att bilden av en plats inte behöver ha en direkt koppling till berättelseplatsen.

Braunerhielm och Heldt Cassel beskriver fortsättningsvis att litteraturturismen kan utspelas i betraktarens eget huvud och trots att bilder från litteratur och film påverkar blir upplevelsen ändå individuell. Berättelsen är densamma, men genom att man tolkar den olika upplevs den även olika. För de besökare som inte är bekant med berättelsen upplevs platsen som vilken som helst. Det som gör litteraturturismen till en egen nisch grundar sig i den målgrupp som innan läst eller sett berättelsen. Författarna säger avslutningsvis att denna nischade turismverksamhet inte är ett nytt fenomen, men att den fått ny luft under vingarna tack vare de många filmatiseringar av böcker, som har hjälpt litteraturturismen att utvecklas och fått mer medial uppmärksamhet. Andra hjälpande faktorer och drivkrafter är det ökade intresset för upplevelsen av fiktion av olika slag, men även en större konkurrens mellan olika turistdestinationer om det kapital turismen för med sig. För att skapa unika och platsanknutna turistupplevelser i litteraturens tecken krävs en berättelse som fungerar resurs för en kommersiell verksamhet. En av huvudingredienserna är det specifika landskapet där berättelsen utspelas, ett litterärt landskap som inte alltid existerar i verkligheten, utan snarare genom besökarens associationer till landskapet.²¹

3.2.2 Symboler, bilder och identitet

För att en plats ska vara värt ett besök måste en attraktion finnas som lockar. Platsens identitet har en stor betydelse i valet av resmål för att skapa en helhetsupplevelse. Anledningen till att man reser handlar även om att det finns ett intresse för resmålet och att det finns en önskan om en omväxling från vardagen.²² Om detta skriver Thomas Blom och Mats Nilsson i arbetsrapport *Symbolturism – Morbidturism – Myturism*.²³ Fortsättningsvis menar de att genom att söka upp de platser som speglar oss själva och vår livsform, men även tidigare erfarenheter och kunskaper, tillgodoser vi det behov vi har av att krydda vårt liv.²⁴

Symboler som vi möter blir till mentala bilder som påverkar våra förväntningar och även upplevelsen av en plats. Trots att man inte befunnit sig på en plats finns ofta förväntningar och förutfattade tankar, som vi fått genom att höra andra berätta om platsen, vi har läst broschyrer, läst litteratur och tagit del av media. Utifrån detta har symboler och mentala bilder en stor betydelse, då man ofta relaterar dessa symboler till en bestämd geografisk plats, alltså identifierar man en plats utifrån symboler. Dessa symboler hjälper oss även att komma ihåg olika platser, t.ex. när man ofta kopplar ihop Stockholm med Globen och Skansen och Göteborg med Läppstiftet och Liseberg. Städer i Sverige har även fått smeknamn, som t.ex. Umeå som "Björkarnas stad" och Vänersborg som "Lilla Paris". De två ovan nämnda är exempel på positiva identifikationer, som är tacksamma att använda i marknadsföringssyfte av en plats. Det är viktigt för turismproducenterna att vara medveten om de eventuellt mer nedlåtande associationerna av en plats, för att kunna vända en negativ image till en positiv. En

²¹ Braunerhielm & Heldt Cassel 2007, s. 8-9

²² Blom & Nilsson 2000, s. 15

²³ Blom & Nilsson 2000

²⁴ Ibid., s. 16

negativ association av en plats kan exempelvis vara en fartygsolycka likt Estonia, vilket rederinäringen jobbade intensivt med för att få resenärerna på båtturen igen.²⁵

Trots individens egna tolkningar existerar generellt uppfattade symboler, som genom turistproducenterna varugörs till platsanknutna turismprodukter, som i sin tur genererar en ekonomisk inkomst. Utifrån detta har symbolvärdet blivit allt viktigare i skapandet av turismprodukter på en plats.²⁶

Symboler har olika grad av attraktionskraft vilket beror på faktorer som positiv eller negativ karaktär, betraktarens förförståelse när det gäller kultur, religion och sociala aspekter, samt kön och ålder. Marknadsföring av en plats, media, egna erfarenheter, upplevelser och minnen skapar tillsammans vårt habitus. Enligt Bourdieu förklarar Blom och Nilsson att med habitus avses vårt sociala och kulturella sätt att tänka, uppfatta och agera i olika sammanhang. Alltså påverkar vårt habitus hur vi uppfattar olika symboler som i sin tur påverkar våra resval.²⁷

I marknadsföringen av en plats vill man plocka fram de positiva symboler platsen har att tillgå och t.ex. genom ett vykort kan man visualisera de symboler man förknippas med platsen, som t.ex. byggnader, vattendrag och höga berg. Genom detta blir vi styrda av turistproducenternas valda bilder av en plats och som ofta är stereotypa av sitt slag. Med hjälp av vykortet skapas en identifiering mellan platsen på vykortets framsida och avsändaren genom hälsningstexten på baksidan.²⁸

Symbolerna gör platsen till något mer än bara geografisk genom kulturella och sociala strukturer som ändras över tid. Platsen är tillgänglig för alla, men blir ändå en mötesplats för de väl initierade, med identiteten som gemensam nämnare.²⁹

Det finns dock en problematik i strävan efter att förmedla en bild av en plats, då språket och bilden i sig innefattar en viss grad av begränsning, för att få en helhetsupplevelse krävs flera komponenter än så. Likt ord och bilder skapar även känslor associationer med platsidentitet och närvaro, t.ex. genom musik.³⁰

Symbolens räckvidd är också av stor betydelse i ett marknadsföringssyfte. Sydneys operahus, Frihetsgudinnan och pyramiderna vid Kairo är exempel på symboler och attraktioner med en global räckvidd och lockar många besökare världen över. Motsatsen till global räckvidd är en regional och lokal, då upptagningsområdet av turister och besökare är mer begränsat.³¹

En symbol kan vara av olika karaktär och inte enbart av fysisk materiellt slag, utan även immateriella som t.ex. en livsstil, ideologi och tankesätt. En mix av materiella och immateriella symboler är för skapandet av en platsanknuten helhetsupplevelse av avgörande betydelse.³²

²⁵ Blom & Nilsson 2000, s. 17-18

²⁶ Ibid., s. 19f

²⁷ Ibid., s. 20-21

²⁸ Ibid., s. 24

²⁹ Ibid., s. 27

³⁰ Ibid., s. 28-29

³¹ Ibid., s. 30-32

³² Ibid., s. 33-34

Vidare om symbolers betydelse för en plats skriver Lage Wahlström i sin rapport *Bilder av platser - ett kulturgeografiskt perspektiv*.³³ Studien behandlar hur en eller flera symboler tillsammans kan utgöra en mental bild av en plats. För denna studies syfte blir det av stort intresse då Wahlström skriver om hur t.ex. litteratur, film och konst kan skapa en bild av en plats. Han beskriver vidare att då en plats förändras över tid kan man genom återskapning visa en ursprunglig bild av en plats, detta gör man bl.a. genom att restaurera gamla byggnader och miljöer som man förknippar med platsen eller genom att hålla traditioner vid liv.³⁴ Genom kulturen kan alltså en bild skapas av en plats, vilket litteraturen utgör en del av. Wahlström menar att man med hjälp av litteraturen kan lyfta fram varje enskild plats symbolvärde och på så vis göra platserna kända för omvärlden. Kända författare som Vilhelm Moberg och Astrid Lindgren har satt Småland på kartan, vilket även Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf gjort för Värmland.³⁵

Om platsbegreppet skriver Martin Gren och Per-Olov Hallin i *Kulturgeografi – en ämnesteoritisk introduktion*.³⁶ Platsbegreppet innefattar alltså mer än endast en geografiskt koordinerad placering och genom den humanistiska geografin kan man fånga en plats mening, upplevelse, syfte, och känslomässiga band. Innebörden av platsbegreppet har förändrat över tid vilket har resulterat i att man idag betraktar en plats mer som en social konstruktion. En plats behöver utifrån detta inte enbart ses som materiell, utan föreställningen om en plats kan begränsas till en uppfattning om en plats, en uppfattning som kan placeras på olika avstånd i både tid och rum.³⁷

Det finns en unikheter på varje plats och tillsammans med de materiella och immateriella avgränsningarna avgör dessa faktorer vad som skiljer en plats från en annan. Genom att det sker interaktion i mötet mellan människor, men också i mötet mellan människor och det materiella uppstår bilder och föreställningar, vilka också är unika för varje enskild plats. Då platser kan ses som kulturella och sociala konstruktioner är de inte statiska utan befinner sig ständigt i en process, där det materiella innehållet och de mentala föreställningarna förändras i takt med samhällets mönster och strukturer.³⁸

Man kan komma i kontakt med en plats på olika sätt, antingen genom att besöka den, betrakta genom foton och filmer, genom att läsa om platsen eller höra andra berätta om den och genom våra minnen av platsen. Gren och Hallin menar att om dessa handlingar och beteenden upphör slutar samtidigt platsen att existera.³⁹ Dock poängterar författarna att platsens värde inom den humanistiska geografin främst relaterar till människans identitet och det som innebär att vara människa. Människors identitet skapas genom att leva på platser och det är genom olika platser vi konstruerar vår vardag. Det materiella används då som en scen där det vi vill åstadkomma utspelas.⁴⁰ Platsen skapar en arena där vi genom inlärd beteenden visar upp vår personlighet och identitet och genom det markerar man skillnader mellan olika platser, vilket i sin tur skapar ett slags ”vi och dem” förhållande.⁴¹

³³ Wahlström 1994

³⁴ Ibid., s. 13

³⁵ Ibid., s. 15, 25f

³⁶ Gren & Hallin 2003

³⁷ Ibid., s. 138

³⁸ Ibid., s. 140-141

³⁹ Ibid., s. 141

⁴⁰ Ibid., s. 143

⁴¹ Ibid., s. 144

Ett annat sätt att identifiera en plats är genom de känslomässiga band som finns till en plats, både individuella och kollektiva. Platser som skapar djupa känslor för många och som har en kollektiv lockelse, som t.ex. Auschwitz, är något som turismindustrin utnyttjar för att locka besökare till en plats.⁴²

När man söker identitet i kollektiv mening blir historien viktig och Thomas Hylland Eriksen citerar i sin bok *Historia, myt och identitet*⁴³ Kierkegaards ord ”*Historien kan bara förstås baklänges, men den måste levas framlänges.*”⁴⁴ Ju mer tiden går desto mer mångtydig blir historien, man tolkar historien genom samtidens behov och då samtiden förändras, förändras även uppfattningen av det förflutna.⁴⁵ Hylland Eriksen skriver om den strävan som finns hos oss alla att ha en egen historieförståelse, då vi genom historien förstår oss själva och ger oss en identitet. Vidare menar han att utav allt det som hänt i det förflutna är det endast en del som bevarats genom historikerna, vilket utgör det gemensamma kulturarvet. Människor söker ofta de stora kollektivt vedertagna sammanhangen, menar Hylland Eriksen, för att identifiera sig själv genom detta utvalda kulturarv.⁴⁶

3.2.3 Verktyg till framgång

Carl Christian Rümmelein skriver i sin arbetsrapport *Kultur som resurs för svensk turism*⁴⁷ om den problematik som råder men även de möjligheter kulturturismen har att tillgå när det gäller produktutveckling och marknadsföring.

De tre sektorerna kultursektorn, offentlig sektor och turismnäring ska tillsammans samverka för att nå en gemensam målgrupp, nämligen ”*Kulturintresserade människor från när och fjärran som nyttjar kultursektorns och turismnäringens utbud och skapar därmed möjligheter till bådadas bestånd och utveckling på lokal, regional och riksnivå.*”⁴⁸ För att locka besökare till platsen och attraktionen måste en utveckling och en marknadsföring ske. Rümmelein beskriver genom McKinsey’s modell de sju faktorer som krävs för att kulturturismen ska bli framgångsrik. Dessa sju faktorer kan även ses som avdelningar inom ett företag. Han delar in de olika faktorerna i ”hårdvara” och ”mjukvara”, då de hårda innefattar *strategi, struktur* och *system*; där strategin utgör riktningen, strukturen fullföljer den och systemen styr informationen, planeringen och kontrollen av den. De faktorer som är mer mjuka i sin karaktär är för det första *stilen* som handlar om de beteenden och attityder som råder inom organisationen. *Kunskap* är ännu en faktor som krävs inom alla områden, av alla i organisationen och *personalens* rekrytering, utbildning och utveckling är en viktig åtgärd för att uppnå detta. Den sjunde och sista faktorn handlar om en gemensam *värdegrund* som alla inom organisationen ställer sig bakom.⁴⁹

Rümmelein har valt att utveckla McKinsey’s modell med ytterligare tre komponenter, först menar han att *stilen* har ersatts med en *servicekultur* då servicetänkandet har fått en mer uppmärksam roll. En annan komponent är *finansiella resurser* som en viktig del i utvecklingen och marknadsföringen. Den allra viktigaste komponenten är *attraktionen* själv,

⁴² Gren & Hallin 2003, s. 145

⁴³ Hylland Eriksen 1996

⁴⁴ Ibid., s. 11

⁴⁵ Ibid., s. 11-12

⁴⁶ Ibid., s. 17, 49

⁴⁷ Rümmelein 1996

⁴⁸ Ibid., s. 29

⁴⁹ Ibid., s. 30-31

menar Rümmelein och platsen attraktionen ligger på har fått en mer central roll i nyskapandet av kulturella möjligheter. Han har nu gjort sju faktorer till nio och det är utifrån dessa som de tre sektorerna: kultursektorn, offentlig sektor och turismnäring måste bidra med sina starka sidor för att motverka varandras svagheter. Det är av stort värde att samarbeta som ett team och inte var och en på sitt håll, vilket ger en möjlighet till ökad kunskap om varandras områden med kulturprodukten som gemensam nämnare.⁵⁰

När det gäller kulturturism kan de drivas på flera olika sätt, t.ex. genom en ideell förening, ett företag eller en stiftelse. Ovan nämnda modell kan uppfattas som en förenkling av verkligheten, vilket det också är, men viktigt för de som jobbar med kulturturism är att ta fasta på de faktorer som nämns och samverka med organisationens olika avdelningar, men även samarbete med andra kulturturismaktörer.⁵¹

Turismföretag i allmänhet samarbetar inte med olika kulturprojekt, om inte de har en kulturinriktning på deras verksamhet. Den offentliga sektorn däremot samarbetar med kulturturismen och kultursektorn vänder sig också gärna till den statliga sektorn, framförallt när det gäller de finansiella resurserna. Kunskapen om kultur är som rikast inom t.ex. ideella föreningar och "kulturavsmyndigheten" Riksantikvarieämbetet, vilket ofta brister inom turismnäringen, däremot är kunskapen om produktutveckling och marknadsföring inte alltid en självklarhet inom kultursektorn. För ett fungerade samarbete mellan olika aktörer, dvs. ett nätverk för kommunikation är den offentliga sektorn av stor betydelse. När det handlar om problemområden råder det största mellan de olika sektorerna, säger Rümmelein och förklarar vidare att avsaknaden av gemensamma strukturer och system resulterar i få strategier för kulturturismutvecklingen. Det är dock mer vanligt med lokala strategier än de på regional och nationell nivå som ingår i ett större perspektiv.⁵²

Sammanfattningsvis för kulturturismen är det följande insatser som krävs på lokal, regional och nationell nivå, enligt Rümmelein:⁵³

- Ökade ansträngningar för utveckling av kulturattraktioner för turismen
- Utveckling av gemensamma strategier för produktutveckling och marknadsföring
- Gemensamma system för internt samarbete och kommunikation med marknader
- Kunskapsutveckling i kultur (turismnäring) och marknadsföring (kultursektor)
- Effektivt samarbete och indelning av arbetsuppgifter över sektorerna
- Ökat samförstånd om gemensamma värden, innehåll och synergieffekter
- Utveckling av gemensam servicekultur

⁵⁰ Rümmelein 1996, s. 32, 34

⁵¹ Ibid., s. 35

⁵² Ibid., s. 37

⁵³ Ibid., s. 38

4. Kultur- och litteraturturism i Värmland

4.1 Kulturarv som resurs för en turistisk verksamhet

Det finns i Värmland många kulturmiljöer som ligger till grund för en turistisk verksamhet och jag har valt att studera det värmländska kulturarvet och dess turism utifrån Länsstyrelsen Värmlands, Region Värmlands och Värmlands Turistråds arbete för att bevara och utveckla kulturen och dess turism, där litteraturturismen ingår.

Länsstyrelsens egen tidning *Hållbar utveckling i Värmland* handlar om det samhälle vi lever i, de resurser vi har att tillgå och hur de används. Tidningen behandlar bl.a. aktuella projekt, problemområden och samhällsförändringar och speglar på så vis Länsstyrelsens arbete med länets hållbara utveckling. I första numret 2007 finns en artikel om natur- och kulturturismen som en utvecklingsbar besöksnäring. I Värmland är turismnäringen på stark frammarsch, från att ha fördubblat gästnätterna sedan 1980, omsatte Värmland över 2 miljarder kronor 2005 och genererade ca 2000 arbetstillfällen. Det förs ständigt en dialog i länet bland de värmländska kommunerna om hur man strategiskt kan utveckla turismnäringen, där kulturen utgör en av de stora resurserna.⁵⁴

Länsstyrelsen är en av de offentliga myndigheterna som arbetar med kulturminnen och besöksnäring i Värmland, men deras uppdrag är större än så, då de arbetar för att förbättra levnadsvillkoren för värmlänningarna utifrån ett långsiktigt perspektiv. Som representant för riksdag och regering tillkommer bestämda uppgifter bl.a. inom näringspolitik, miljöskydd och kulturmiljö, men de arbetar även utifrån särskilda uppdrag och projekt.⁵⁵

Det arbetet som länsstyrelsen utför när det gäller kulturarv utgår bl.a. från lagtexten som säger att: *”Det är en nationell angelägenhet att skydda och vårda vår kulturmiljö. Ansvaret för detta delas av alla”*.⁵⁶ Arbetet med att bevara kulturarvet handlar inte bara om att vårda det, utan också göra det tillgängligt för alla. Länsstyrelsens kulturmiljöarbete utgår ifrån bestämda mål som innefattar att försvara och bevara kulturarvet, arbeta för ett hållbart samhälle med kulturen som en drivande kraft, att sträva efter allas förståelse, delaktighet och ansvarstagande för den egna kulturmiljön och en ökad nationell och internationell solidaritet och förståelse inför olika kulturarv.⁵⁷

Ett exempel på vårdandet av kulturmiljön är skyddet och bevarandet av byggnader och anläggningar, som av Länsstyrelsen kan byggnadsminnesförklaras genom sitt kulturhistoriska värde. Det finns 67 byggnadsminnen i Värmland och det unika värdet i dessa gamla industrier, herrgårdar eller bondgårdar kan variera. Värdet kan bl.a. ligga i en intakt byggnadsteknik, vara av konstnärligt slag, knutet till en historisk händelse eller person. Båda fallstudierna i denna studie, nämligen Alsters Herrgård i Karlstad och Mårbacka i Östra Ämtervik är byggnadsminnesmärkta.⁵⁸

Ett av de uppdrag Länsstyrelsen fått på sitt bord från regeringen är att ta fram ett program för utvecklingen av en hållbar natur- och kulturturism, med syfte att stärka den regionala

⁵⁴ Broschyren *Hållbar utveckling i Värmland* 2007 nr 1

⁵⁵ www.s.lst.se

⁵⁶ Ur Lagen 1988:950 om kulturminnen m.m. 1.Kap 1 §, hämtad från www.s.lst.se

⁵⁷ www.s.lst.se

⁵⁸ Ibid.

utvecklingen och även skapa möjligheten till en bättre samverkan mellan det lokala näringslivet, markägare, det ideella föreningslivet och myndigheter.⁵⁹

När det gäller upplevelseindustrin är det framförallt kultur och kulturmiljöer i samband med mat, boende, aktiviteter och avkoppling som lockar mest. Kulturen anses nu ha en stor utvecklingspotential och det är upp till näringslivet och myndigheter att ta tillvara kulturen för att utveckla den till tjänsteprodukter. Detta i motsats till skyddandet i en mer traditionell form som genomsyras av en bevarandetanke och som inte självklart ser kulturarvet som en varugörande produkt man kan tjäna pengar på. Företagare är ofta duktiga på god service, produktpaketering, marknadsföring och försäljning av en produkt, skriver Anders Heimer, men att det finns ett behov av att koppla detta till vilken kvalitet tjänsten eller produkten har, samt att det krävs en större samverkan med andra aktörer.⁶⁰

Då natur och kultur har en stark koppling till varandra, särskilt i Värmland, behandlar studien natur- och kulturturismen som ett, istället för att sära på dem. Heimer delar i sin studie in Värmland i sex områden, där varje område har specifika naturtyper och kulturyttringar, vilka även kan ses som typiska natur- och kulturreсурser för en turistisk verksamhet i Värmland. Dessa områden är *Bergslagen i östra Värmland* som speglar en järnindustrihistoria, *Fryksdalen* där berättandet och litteraturen står i centrum, *Klarälvdalen* som historiskt varit otroligt viktig för transporten, *Skogslandskapet i norra Värmland* där "gammelskogarna" finns, *Västra Värmlands skogar och sjösystem* med naturrika vandrings- och kanotleder och *Vänerlandskapet och Vänerskärsgården* i södra Värmland.⁶¹

Värmland beskrivs ofta som diktarnas och även konstnärernas landskap och genom en rapport av Nutek säger Heimer att denna bild av landskapet håller på att förändras till en mer upplevelse- och vildmarkspräglad. Men genom att öka kompetensen och kunskapen mellan natur, kultur, kulturarv och regionens näringsliv kan nya attraktiva miljöer skapas. Då det inte varit lika självklart tidigare, är besöksnäringen och upplevelseindustrin accepterade och utgör idag en viktig del av det värmländska näringslivet.⁶²

Utifrån Heimers studies fallstudier, nämligen Kilsviken, Finnskogen och Lurö och Millesviks skärgrårdar, visar att det finns flera likartade målkonflikter på alla tre platser. Framförallt konflikten som grundas i tvisten mellan bevarande och exponering, med tanke på turismens medföljande slitage. För att ge en ny turistisk verksamhet goda förutsättningar och för att minska eventuellt slitage, krävs en god planering och att förankra sin idé med alla berörda aktörer i god tid, för att på så sätt förhoppningsvis få respons och goda råd. Det är också av stor betydelse att starta sin verksamhet i liten skala för att på så vis förhindra ett för stort slitage.⁶³

Konkreta förslag för att kombinera skydd och utveckling i Värmland är bl.a. att skapa en organisation som kan samordna arbetet med vandringsleder, avtals- och marknadsfrågor, men även organisering av skötsel och underhåll. Ett annat förslag handlar om en länsorganisation för turismen som har koll på omvärldsanalyser, bilda nätverk, sköta kompetensutveckling och aktivt arbeta med marknadsföring av Värmland för att sätta landskapet på kartan. Detta skulle kunna ses som en slags "paraplyorganisation" med syfte att öka samverkan mellan olika

⁵⁹ Heimer 2007, s. 4

⁶⁰ Ibid., s. 4-5

⁶¹ Ibid., s. 9

⁶² Ibid., s. 11-13, 15

⁶³ Ibid., s. 15, 23

aktörer för att upprätthålla bevarandet och utvecklingen av natur- och kulturturismen i Värmland.⁶⁴

Heimer skriver att:

*”Det som är gemensamt för framgångsrika företag är att de har en eller flera mycket tydliga målgrupper som de vänder sig till. Produkter som erbjuds är väl beskrivna och innehåller ofta både fysiska aktiviteter och har inslag av kunskapsförmedling kring natur- och kulturmiljöer. En del av upplevelsen kan vara att få uppleva stillhet och tystnad vilket förhöjer besöket i en viss miljö. Den allmänna marknadsföringen är försiktig och företagen samarbetar i första hand direkt med agenter eller reseföretag som i sin tur har kontakt med sina kunder. Framgångsrika aktörer har hög kvalitet som ledord för allt från boende, måltid, transport och service. Det är vanligt med någon form av miljö- och kvalitetssäkring.”*⁶⁵

Fortsättningsvis visar studien betydelsen av flexibilitet och öppenhet, då en bra process kräver både tid och tålamod för ett stort diskussionsutrymme, samt att skapa möjligheter till eventuella justeringar av planerna under dialogens gång. Det är också viktigt att ha väl förankrade kommunala översiktsplaner för natur- och kulturmiljöer och dess turism, för att på så vis kunna utveckla turismverksamheten och samtidigt ta hänsyn till de känsliga miljöernas behov.⁶⁶

Heimer poängterar avslutningsvis att helhetstänkandet är framgångsfaktorer, utifrån både ett besökarperspektiv och utifrån hållbarhetskriterier. Då det finns en stor potential för utveckling av natur- och kulturturism i Värmland ligger även nyckeln till framgång, som redan nämnts, i en ökad samverkan mellan olika aktörer samt en strävan efter att komma överens om de gemensamma mål och prioriteringar man ska jobba mot. Aktörerna har sin specifika plats i denna samverkan och bär alla på en kunskap och erfarenhet som de kan utbyta mellan varandra.⁶⁷ Helhetstanken bekräftar Anders Heimer, projektledare för uppdraget, i den intervju som genomförts. Han berättar fortsättningsvis att kulturturism inte alltid jobbar utifrån en helhetsupplevelse, då faciliteter, boende, transport och måltid kan bakas in med den berättande historien, vilket man kan jobba mer med, enligt Heimer. Problematiken ligger i att det ofta är en ideell verksamhet bakom kulturturismen, som inte arbetar på samma sätt som ett turistföretag, vilket bromsar uppkomsten av nya företag då det är svårt att konkurrera med något som är billigt eller rent utav gratis.⁶⁸

På frågan om betydelsen av Värmlands författare, säger Heimer att de påverkar både turismnäringen och bilden av Värmland. För att locka besökare till en plats tror Heimer säkert att man kan använda sig av en känd författare som knyter an till platsen, men han frågar sig också hur länge intresset för t.ex. Gustaf Fröding håller i sig. Han anser det då viktigt med den mer moderna litteraturen och författarskapet, som man kan bygga en verksamhet kring när den gamla inte längre håller.⁶⁹

Region Värmland har landstinget och de 16 värmländska kommunerna som huvudman och arbetar med tillväxtfrågor, regional utveckling, kultur och bildning. De arbetar utifrån olika områden, vika är indelade i avdelningar, ”Kultur och fritid” och ”Näringsliv, arbetsmarknad och turism” är mest relevanta för denna studie. Region Värmland ansvarar på regional nivå för kulturpolitiken som säger att genom ett aktivt kultur- och fritidsliv skapas en

⁶⁴ Heimer 2007, s. 25-27

⁶⁵ Ibid., s. 30

⁶⁶ Ibid., s. 33

⁶⁷ Ibid., s. 43

⁶⁸ Intervju Heimer

⁶⁹ Ibid.

samhällsanda, som i sin tur stimulerar värmlänningarnas engagemang och kreativitet. Med hjälp av de kulturella medel som finns att tillgå, arbetar Region Värmland för att skapa en positiv bild av Värmland. Under avdelningen Näringsliv, arbetsmarknad och turism ligger ett stort ansvar för regionens utveckling, när det gäller omvärldsanalyser, regionens projektverksamhet och marknadsföringen av Värmland nationellt och internationellt.⁷⁰

I en intervju med Ulf Nordström, kultur- och fritidsstrateg på Region Värmland, berättar han att de arbetar med en strategisk utveckling utifrån ett långsiktigt perspektiv med deras verksamhet. Nordströms huvudsakliga arbetsuppgifter är att behandla de projektansökningar som kommer in inom kultur- och fritidslivet i länet. Nordström säger att kulturen är viktig för näringslivet och att det är något som turisterna får på köpet när de besöker landskapet. Region Värmlands prioriteringar i form av de största bidragen går till Värmlandsoperan och Värmlands museum, men poängterar att det finns bidrag att söka för många projekt runt om i Värmland, men att det är upp till kulturaktörerna själva att ansvara för att söka dessa medel. Ansökningar som är aktuella nu är inför Selma Lagerlöfs jubileum 2008 i Sunne, då det finns idéer och projekt för att uppmärksamma författaren på flera olika sätt, bl.a. genom en gemensam hemsida om Selma Lagerlöf, teatersatsningar på Västanå Teater, tv- och radiosatsningar, men ännu är inga beslut tagna.⁷¹

Nordström menar att Mårbacka, Västanå Teater och Alsters Herrgård är starka dragplåster, men att det finns resurser i Värmland som inte tagits tillvara och ett exempel på detta är minnet av Göran Tunström som man skulle kunna använda som en resurs för en turistisk verksamhet. Han menar att det skulle kunna göras mer och att man t.ex. kan använda Astrid Lindgren och den framgångsrika turismverksamhet som finns i samband med hennes liv och verk som en förebild. Detta då Värmland har stora författarresurser, det ges ut mycket värmländsk litteratur och då landskapet ofta förknippas med berättandet, säger Nordström.⁷²

För att göra kulturturismen till en bestående verksamhet anser Nordström att Bok och Biblioteksmässan i Göteborg är av stor vikt för att uppmärksamma Värmland, men att det också behövs fler stora evenemang i Värmland som ska locka turister. Det finns redan stora evenemang som t.ex. Arvikafestivalen, spelmansstämmorna i Ransäter och Värmland Classic Festival, men att man även måste rikta sig till den yngre målgruppen, vilket kan ses som en framtida utmaning.⁷³

Under Region Värmland finns Stiftelsen Värmlands Turistråd med uppdraget att ansvara för samordningen, marknadsföringen, utvecklingsprojekten och utbildningen av Värmlands turismnäring. Värmlands Turistråd jobbar utifrån en kommunikativ plattform som ska fungera som en bas i dialogen om Värmland med omvärlden. Grunden kan sammanfattas genom värdeorden: omtanke, personlig prägel, berättandet, humor och avspändhet.⁷⁴ Detta har sammanställts i broschyren *Varumärkesplattform* som är framtagen i samverkan mellan kommunerna, värmländsk turismnäring och Värmlands Turistråd med hjälp av Europeiska regionala utvecklingsfonden. Där menar de att alla värmlänningar tillsammans ansvarar för landskapets spontana värdskap, för att på så vis skapa en relation till besökaren för att få dem att vilja komma tillbaka. Den bild man vill exponera i marknadsföringen av Värmland är en som utstrålar gemenskap, värme och goda möten, för att på så vis få besökare att vilja

⁷⁰ www.regionvarmland.se

⁷¹ Intervju Nordström

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid.

⁷⁴ www.varmland.org

upptäcka mer av det som Värmland erbjuder. I plattformen finns även en bild- och textguide som ska hjälpa till i nyskapandet av bilder och berättelser av Värmland, med de fem värderingarna som en röd tråd.⁷⁵

Cajsa Jansson arbetar på Värmlands Turistråd som turistinformatör och hon jobbar med att marknadsföra Värmland som turistdestination inom och utom landet. Jansson anser kulturklimatet vara gott i Värmland och nämner några viktiga kulturanläggningar som Rackstadsmuseet och Värmlandsmuseet. Trots att det finns många kulturcentra i Värmland, menar Jansson att Värmland som en helhet prioriteras som kulturdestination, istället för att uppmärksamma vissa delar. Jansson menar fortsättningsvis som svar på mina frågor i intervjun att litteraturen och berättandet är viktigt för bilden av Värmland, då den ses som en turistisk resurs, men också är en given del av varumärket Värmland.⁷⁶ I broschyren *Upplevelser i Värmland och Hedmark* visas den bild upp av landskapet som man identifierar sig genom. Den är indelad i rubriker som t.ex. *Låt naturen aktivera, I harmoni med vatten, Färg och formrikt och Sagolikt och storslaget* som tillsammans ger exempel på Värmlands resurser när det gäller natur och kultur. Under *Sagolikt och storslaget* finns Alsters Herrgård och Mårbacka presenterade tillsammans med bl.a. Rottneros Park och Nobelmuseet i Karlskoga som visar exempel på Värmlands rika berättelse- och skaparkraft.⁷⁷

Jansson jobbar utifrån olika nätverk med varierande teman och "Kultur" är ett av dem. Nätverket Kultur har tillsammans sammanställt broschyren *Kulturresor – Värmland*, där alla 21 aktörer i kulturnätverket finns representerade, för att tillsammans skapa en enhetlig bild av det kulturrika Värmland. Tillsammans är de strakare och genom den gemensamma broschyren får de möjligheten att marknadsföra sig på ett sätt som inte varit möjligt om de inte ingått i nätverket. I kulturnätverket ingår både Alsters Herrgård och Mårbacka. Broschyren användes på Bok och Biblioteksmässan 2007 i Göteborg för att delas ut till besökarna och att göra dem uppmärksamma på kulturdestinationen Värmland. Broschyren innehåller inledningsvis en geografisk karta över de platser i Värmland som är med i nätverket. De olika aktörerna är väl presenterade och det är Mårbacka och Alsters Herrgård är de första attraktionerna som presenteras tillsammans med Heidruns Bok & Bildcafé på första uppslaget. Andra kulturcentra i broschyren är t.ex. Klässbols Linneväveri, Sahlströmshärd, Rackstadsmuseet, Rottneros Park och Mariebergsskogen.⁷⁸

Den ovan nämnda Bok och Biblioteksmässan är en viktig del av marknadsföringen av Värmland och är den största satsningen som årligen görs. För att få en inblick i Värmlands insatser på mässan har Ingalill Walander Olsson intervjuats. Hon är vikarierande chef för Länsbiblioteket Värmland och ansvarig för Värmlandsmontern på Bok och Biblioteksmässan i Göteborg och även ansvarig för den lokala Bokmässan i Värmland som årligen äger rum på Värmlands Museum.⁷⁹

Värmland är det landskap som får mest uppmärksamhet på bokmässan i Göteborg och det ligger ett gediget arbete bakom den statusen. År 2007 var sjuttonde gången Region Värmland arrangerade Värmlandsmontern på Bok och Biblioteksmässan. De värmländska föreningarna Värmlandslitteratur och Värmländska författarsällskapet hjälper också till under mässan, bl.a. sköter de försäljningen av böcker. Region Värmland, Värmlands Turistråd, samt det

⁷⁵ Värmlands Turistråd, *Varumärkesplattformen*

⁷⁶ Intervju Jansson

⁷⁷ Broschyren *Upplevelser i Värmland och Hedmark*

⁷⁸ Intervju Jansson & broschyren *Kulturresor - Värmland*

⁷⁹ Intervju Walander Olsson

värmländska bokförlaget Heidruns skapar ett slags "Värmlandskvarter" på bokmässan som är välkänt av många besökare. Värmlandskvarteret blir då en slags mäsas i mässan, säger Walander Olsson och berättar fortsättningsvis att det finns intresse från andra landskap runt om i Sverige att använda Värmland som förebild för en liknande insats på bokmässan. Man önskar genom arbetet på mässan att skapa en nyfikenhet på kultur- och litteraturlandskapet Värmland, för att i förlängningen få mässans besökare att även besöka Värmland. En litteraturbroschyr delas ut under mässan, nämligen *Bok i Värmland*, som presenterar ett urval av de värmländska böcker som getts ut det föregående året och det står även vem som utsetts till årets Värmlandsförfattare.⁸⁰

På frågan om författarklimatet och nyskapandet i Värmland, berättar Walander Olsson att det Värmländska författarsällskapet tar väl hand om de nya författarna i Värmland. På den lokala bokmässan i Värmland får fler värmländska författare utrymme än på den större i Göteborg. Bokmässan i Värmland har ca 60-70 författarutställare och får ungefär 2500 besökare, framförallt är det värmlänningarna själva som besöker denna mäsas.⁸¹

4.2 Litteraturturism

Som en del av kulturturismen kommer studien nu inriktas på den litteraturturism som finns i Värmland. För att ge en bild av hur litteraturturismen ser ut, vilken betydelse litteraturen har för landskapet och hur dess varaktighet ser ut kommer två värmländska litteraturattraktioner behandlas, nämligen Alsters Herrgård i Karlstad och Mårbacka i Sunne, som tillsammans får representera litteraturturismen i Värmland.

4.2.1 Gustaf Frödings Alsters Herrgård

Alsters Herrgårds historia sträcker sig tillbaka till slutet av 1300-talet och Alsters Herrgård nämns första gången 1397 då det vid Alsterån fanns en verksam kvarnrörelse. Det finns inte redovisat hur byggnaderna såg ut vid den tiden, men man vet att herrgården senare på 1500-talet ägdes av både Gustav Vasa och Karlstads grundare Hertig Karl under kortare tider. Det är sen på 1600-talet som gårdens utseende beskrivs, huvudbyggnaden var konstruerad i sten och placerad vid sidan av den plats den ligger på idag. På grund av en stor eldsvåda förstördes den dåvarande gården på 1760-talet, men byggdes upp igen 1772. Denna gång i trä och placerades på herrgårdens nuvarande plats.⁸²

Det var på 1830-talet som familjen Fröding började sin historia på Alsters Herrgård. Det var Gustaf Frödings farfar Jan Fröding, brukspatron och köpman, som 1837 köpte gården, då han genom "*slug hänsynslöshet och fördomsfrihet förvärvat en stor förmögenhet.*"⁸³ Jan Fröding lät göra en stor renovering och med hjälp av arkitekten J F Åbom formades herrgården till en nyklassicistisk stil. Genom att sätta upp panoramatapeter och sätta in kakelugnar i alla rum visades Jan stora förmögenhet.⁸⁴ Medan Jan njöt av huvudbyggnaden tillsammans med sin

⁸⁰ Intervju Walander Olsson & broschyren *Bok i Värmland*

⁸¹ Intervju Walander Olsson

⁸² www.karlstad.se

⁸³ Eriksson 1997, s. 20

⁸⁴ *Ibid.*, s. 22

hustru Gustava lät han sin nygifte son Ferdinand och hans hustru Emilia flytta in i den Östra Flygeln, i den Västra Flygeln hade Jan sitt brukskontor.⁸⁵

Efter Jans död tog Ferdinand över arbetet som disponent och Ferdinand med familj flyttade in i huvudbyggnaden. Ferdinand hade dock inte ärvt sin fars affärssinne och blev av släkten på gården avsatt från sin tjänst, vilket han tog mycket hårt och begav sig till Europa för en tid. Han lämnade sin hustru Emilia och tre döttrar kvar på herrgården och Emilia var även höggravid. Gustaf Fröding, Ferdinands fjärde barn och enda son föddes den 21 augusti 1860. Emilia drabbades av en förlossningsneuros och placerades mot sin vilja på ett rehabiliteringshem i Roskilde i Danmark. Detta gjorde att Gustaf och hans systrar varken hade sin mor eller sin far vid sin sida ett par år. När föräldrarna väl kommit tillbaka till Sverige och Värmland återförenades familjen i herrgården Byn, ännu en herrgård i släkten Frödings ägo längs Alsterån. Den tredje herrgården var Gunnerud där barnen Frödings farmor Gustava bodde sen Jans död. De besökte ofta sin farmor och trots att de flyttat till Kristinehamn vistades de i Alsterdalen så fort de fick ledigt från skolan. Detta gör att Gustaf Fröding bott och vistats i alla tre herrgårdar som ingick i släktens ägo, men det är just Alsters Herrgård som blivit minnesgård efter honom. Efter att Ferdinands svåger tagit över kommandot i några år efter Ferdinand, gick Alsters Herrgård ur familjens ägo 1866.⁸⁶

Sen dess har herrgården varit i både privata och statliga ägor; 1928 köpte överläkaren vid Centrallasarettet i Karlstad Per Clarholm herrgården och vid sin död donerade han gården till Värmlands läns landsting som senare drev konvalescenthem på Alsters Herrgård fram till 1970. Från 1968 är Alsters Herrgård byggnadsminne och efter att sjukhemmet flyttats fick herrgården funktionen som minnesgård över skalden Gustaf Fröding, för att sedan öppnas för allmän publik 1976. År 2003 tog Karlstads Kommun över Alsters Herrgård, efter Värmlands Museum, och drivs nu av kultur- och fritidsförvaltningen. Trots olika ägare och funktioner av Alsters Herrgård är det som diktaren Gustaf Frödings födelsehem den är mest känd och det är utifrån Gustaf Fröding man driver herrgården idag.⁸⁷

Alsters Herrgård är öppen under sommarsäsongen, från första maj till sista augusti, men erbjuder även bokade visningar under hela året. I början av september bjuds flera mat- och hantverksutställare in till en höstmärnad och i slutet av november en julmärnad. I huvudbyggnaden finns en utställning om Gustaf Fröding som beskriver skaldens liv och verk, vilka är starkt kopplade till varandra. Byggnadens historia som ovan nämnts är en del av det man får ta del av om man går en guidad visning, men den beskriver även mer ingående Gustaf Frödings födelse, barndomstiden i Alsterdalen, studenttiden i Karlstad och Uppsala, tiden som skribent på Karlstadstidningen, Gustafs vistelser på olika vårdhem och hospital och till slut tiden på Villa Gröndal på Djurgården i Stockholm. I herrgården finns även ett herrgårdscafé med en uteservering i herrgårdsparken, en souvenir- och bokbutik och en konstupställning med två olika konstnärer varje säsong som har en anknytning till Värmland.⁸⁸

Tillsammans med huvudbyggnaden finns fler byggnader i herrgårdens omgivning, två av dem är Östra och Västra Flygeln som båda är från 1700-talet. Idag fungerar Västra Flygeln som slöjd- och hantverksbod, men både utställning och försäljning av Länslemslöjden i Värmland. På övre plan i flygeln finns några mindre utställningar, bl.a. om Per Clarholms tid på herrgården och en historisk fotoutställning över de ägare från 1300-talet fram tills idag som

⁸⁵ www.karlstad.se

⁸⁶ Lindström 1993, s. 9-13

⁸⁷ www.karlstad.se

⁸⁸ Ibid.

ägt Alsters Herrgård. Där Östra Flygeln ligger idag var samma plats som herrgården låg innan 1772 och av det dåtida stenhuset finns bara grunden och tre välvda källare kvar. Sommaren 2007 hade Galleri Bergman konstutställningar på båda planen av Östra Flygeln, men inför årets säsong är det ännu oklart vilken verksamhet som kommer äga rum i flygeln. Det finns även en mindre bod på tomten som används av bl.a. skolklasser som besöker herrgården, där de kan fika eller ta skydd för eventuellt regn. Det har även bedrivits sommarkurser i boden och använts för tillfälliga utställningar.⁸⁹

Magasinet som ligger vid sidan av herrgården heter egentligen Brännvinsmagasinet och som i slutet av 1700-talet var ett av Gustaf III:s kronobrännerier vid Klaraborg i Karlstad. 1849 köpte Jan Fröding Magasinet och det flyttades då till Alsters Herrgård där det fungerade som sädesmagasin för havreexporten. Den har sedan dess använts mest som förråd, fram till sommaren 2005 då Magasinet fick en ny funktion. Nu är Magasinet Alsters Herrgårds lokal för värmländsk sommar-teater. Under sommarsäsongen har Alsters Herrgård en omfattande programverksamhet med musik, dans och teater som dels spelas ute i herrgårdsparken, men också inne i Magasinet som rymmer 150 personer. Då vädret är oförutsägbart kan Magasinet även användas vid regn och rusk för de program som från början är planerade att äga rum utomhus.⁹⁰

Alsters Herrgård som plats är viktig för verksamheten på gården och tillsammans med minnet av Gustaf Fröding läggs grunden till den turistiska verksamheten. Om den mytomspunne Gustaf Fröding har bl.a. Johan Cullberg, professor i psykiatri, skrivit om i *Gustaf Fröding och kärleken*.⁹¹ Han har utifrån brev, artiklar, dikter, vetenskapliga rapporter och sjukhusdiagnoser skrivit sin skildring av skalden med ambitionen att komma så nära hans liv och verk som möjligt och koncentrera sig på de skeendena i Frödings liv som enligt Cullberg varit av särskild betydelse för skaldens liv. Frödings vuxna liv kantades i korthet av depression, olycklig kärlek och alkoholmissbruk, men även av ett otroligt konstnärskap som idag gjort Fröding till en av Sveriges mest folkära diktare.⁹² Fröding uppfattades som radikal och en särskild händelse i Frödings liv som var ett tydligt tecken på detta var det år då han blev åtalad för sin diktning, som inte ansågs rumsren utan framställde nakenhet och sexualitet på ett sätt som inte gick för sig i denna tid. Detta visar att Fröding var före sin tid och kämpade för saker som idag är en självklarhet för oss. Han blev dock frikänd från åtalet, men tog hela skulden på sig själv och tog även de rättsliga processerna så pass hårt att hans sjukdom bara blev värre efter detta.⁹³

I kontrast till detta kontroversiella konstnärskap använde sig Fröding av hans egen barndom och ungdomsår som föremål för sin diktning, vilket ofta beskriver de miljöer som han själv bott och levt i, vilket dikten *Strövtåg i hembygden* är ett exempel på. Den period i livet då han bodde i Brunskog hos sin syster Matilda har också fungerat förebild för hans dikter, t.ex. i *Vackert Väder*. Den olyckliga kärlek som Fröding brottades med hela livet, vilket bl.a. uttrycktes i ett behov av att träffa prostituerade, beskriver han själv i *En kärleksvisa*.⁹⁴ Detta visar på den starka koppling som finns mellan Frödings liv och verk, men även en otrolig bredd i sitt skapande.

⁸⁹ www.karlstad.se

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Cullberg 2004

⁹² Ibid.

⁹³ Ibid., s. 114f

⁹⁴ Se dikterna i bilaga 4

Gustaf Fröding själv var dock inte lika säker på sitt konstnärskap och sin kreativitet alla stunder, och i ett brev den 4 april 1886 till sin gode vän Mauritz "Maggan" Hellberg skriver han: "*Min lyriska stämning, som du kallar det, är nu alldeles överstånden och väl är det. Till skald duger jag icke.*"⁹⁵ Detta visar på hans ständigt dåliga självförtroende.

Per-Olov Byh arbetar som intendent på Alsters Herrgård och ansvarar för förvaltningen av all verksamhet på gården, det vill säga programverksamhet, personal, ekonomi, marknadsföring, drift, utställningar och butik. Guide- och butikspersonalen är timanställd då herrgården är öppet endast sommarsäsong och caféverksamheten är utarrenderad till ett företag. I en intervju med Byh menar han att Alsters Herrgård är en "medelherrgård" som många andra herrgårdar i Värmland, men att det är just Gustaf Fröding som skiljer Alsters Herrgård från alla andra. Herrgårdens utställningar, guidade visningar, litteratur och övrig programverksamhet har Gustaf Fröding som gemensam nämnare, men med vissa undantag. På det viset bevarar vi minnet av skalden Fröding, säger Byh. Minnesgårds affärsidé utgår ifrån att det ska finnas något för alla på herrgården med anknytning till Gustaf Fröding.⁹⁶

På frågan om hur Byh tycker att kulturklimatet är i Värmland, säger han att det finns mycket i landskapet att vara stolt över, då det finns många produkter med hög kvalitet. För att främja kulturklimatet i Värmland ingår Alsters Herrgård i flera nätverk. "Klarälvdalen" är ett EU projekt som planeras genomföras 2008 med syfte att gynna turismen längs älven, "Museer i Värmland" innefattar ca 40 museer som träffas med jämna mellan rum för att lära sig mer om bl.a. utställningsteknik, säkerhet och marknadsföring. "Kulturnätverket", som tidigare i studien presenterats, är det nätverk som Per-Olov menar är av störst betydelse för Alsters Herrgård och för kulturturismen i Värmland.⁹⁷

Vidare i intervjun med Per-Olov Byh anser han att litteraturen är ett av Värmlands starka varumärken, men det allra största är skogen. Det finns ett samband mellan de båda då det värmländska landskapet påverkar den värmländska litteraturen. Därför blir det litterära Värmland ett bra varumärke att bygga på, vilket Gustaf Fröding och Alsters Herrgård är ett exempel på, menar Byh.⁹⁸

När det gäller att skapa kulturprodukter finns det dock en problematik, menar Byh, då balansen mellan kulturarv och kommers inte alltid är lätt att handskas med. Det är därför bra att regler finns när det gäller att bevara på rätt sätt, vilket Byh uppskattar i sitt arbete på Alsters Herrgård. Att jobba utifrån vissa restriktioner när det gäller att bevara ett kulturarv hämmar verksamheten på det viset att det tar längre tid och kräver mer pengar, säger Byh, men poängterar samtidigt att det är ett pris man får ta. En annan problematik handlar om svårigheter kring renoveringen av byggnader, då byggteknikerna ofta är av äldre slag är det inte självklart att det finns hantverkare som känner till de teknikerna idag, t.ex. pappinnertak och schiffertak. Byh frågar sig ändå vilket pris man ska betala för att bevara, då risken finns att vi eventuellt inte kan använda kulturbyggnader som resurs för en kulturturism, utan att de istället står och förfaller. Alsters Herrgård är tryggt på så vis att vi är kommunala, det är tufft att driva kulturverksamhet som inte är ekonomiskt förankrade genom myndigheter, föreningar osv.⁹⁹

⁹⁵ Michanek 2002, s. 127

⁹⁶ Intervju Byh

⁹⁷ Ibid.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ Ibid.

Per-Olov Byh ser ljusst på Alsters Herrgårds framtid, trots att han är medveten om att intresset för kultur- och litteraturturismen går i vågor och då den når botten får man jobba desto mer för att komma upp igen. Byh har många projekt på gång för att utveckla herrgården, många i planeringsstadiet, men ett av dem som tagit sin början är ett omfattande parkprojekt. En stor strosspark med varierande odlingar i anknäring till den litterära herrgården, som tillsammans skapar ett kulturcentrum för både lokalbefolkning, besökare och turister.¹⁰⁰

4.2.2 Selma Lagerlöfs Mårbacka

Under slutet av 1500-talet var Mårbacka bara en liten fäbod, eller en säter som man kallar det i Värmland och 1609 blev Mårbacka bondgård.¹⁰¹ Det huset som Selma Lagerlöf föddes och växte upp i byggdes på 1790-talet av Selmas farmors far, prosten Wennervik.¹⁰² Mårbacka är alltså Selma Lagerlöfs barndomshem, där hon föddes den 20 november 1858. Gården ligger i Östra Ämtervik utanför Sunne och sägs ha fått sitt namn från blomman mårnan. I slutet av 1700-talet byggdes huset som då var en träbyggnad målad i rött. I dess fyra rum och kök levde Selma Lagerlöf sina första 23 år innan hon flyttade till huvudstaden för studiernas skull då hon ville bli lärarinna. Under den tid Selma bodde i Stockholm, gick hennes far bort, familjen fick det ekonomiskt knapert och var 1887 tvungna att flytta från Mårbacka. En släkting köpte huset av familjen men 1889 gick det ur släktens ägor och det blev då ett av Selmas mål i livet att en dag köpa tillbaka Mårbacka. När Selma bodde i Falun längtade hon ofta hem till Mårbacka och i juli 1907 skrev Selma i ett brev till sin vän Sophie Elkan: *När jag går här i Falun, så kan det hända mig, att jag helt plötsligt märker, att jag gått i mina tankar på vägar och stigar i hemtrakten, och två morgnar har jag nu vaknat hemma i vårt gamla flickrum och känt doftande sommargrönska omkring mig och hört fåglar sjunga och inte på länge kunnat få klart för mig, att jag låg i min fina våning vid Faluns torg.*¹⁰³

När Selma senare fick sitt genombrott som författare, bl.a. genom *Nils Holgerssons underbara resa*, kunde hon köpa tillbaka sitt kära Mårbacka. Till en början använde Selma Mårbacka som ett sommarhus, men med hjälp av arkitekten Isak Gustaf Clason lät Selma göra en omfattande renovering 1921-1923 och flyttade sen in för gott. Mårbacka fick då den karolinska herrgårdsstil huset har idag. Tack vare tilldelningen av Nobelpriset 1909 fick hon även möjligheten att köpa tillbaka den skog och jord, på 140 tunnland åker och 200 tunnland skog, som innan tillhört gården. Selma var en modern kvinna för sin tid och startad upp ett eget jordbruk och drev aktiebolaget Mårbacka Havremjöl, där de anställda fick både pension och sjukförsäkring. Selma hade fler drivkrafter i livet än sitt konstnärskap, då hon bl.a. engagerade sig i bygdens politik och satt som ledamot i Östra Ämterviks kommunalnämnd och fattigvårdsstyrelse. Efter Selma Lagerlöfs död den 16 mars 1940 testamenterade hon Mårbacka till en särskild stiftelse, som efter hennes död har ägt och förvaltat gården.¹⁰⁴

Enligt Selma Lagerlöfs egen önskan skulle Mårbacka bevaras som en minnesgård och den skulle vara öppen för allmänheten efter hennes död, vilket den är än idag. Om man går på en guidad visning i Mårbacka får man alltså ta del av Selmas författarhem med vackra möbler och konstverk från hennes glans dagar. Till Mårbacka tillhör en trädgård, som Selma själv gärna påtade i då hon hade ett stort trädgårdsintresse. Den park som finns idag ser ut som den Selma en gång anlade med hjälp av Ruth Brandberg, med prydnadsväxter, häckar, fruktträd

¹⁰⁰ Intervju Byh

¹⁰¹ Väpnargård 1993, s. 15

¹⁰² Rüster och Westman 1996, s. 28

¹⁰³ www.selmalagerlof.org

¹⁰⁴ www.selmalagerlof.org & www.marbacka.com

och grönsaks- och blomsterodlingar. I den nyinredda Mårbacka Handel finns böcker, vykort, hantverk och souvenirer till försäljning. Man kan även smaka på en Mårbackakaka i caféet som är öppet sommartid. Under vinterhalvåret är det endast utifrån bokningar man kan besöka Mårbacka, men även vid den årliga julmarknaden.¹⁰⁵

Selma Lagerlöf debuterade som författare 1891 med värmlandsromanen *Gösta Berlings saga*, hennes största framgång blev *Jerusalem*, följt av succéer som *Nils Holgerssons underbara resa*, *Kejsaren av Portugallien* och *Löwensköldska ringen*. Selma skrev även några självbiografiska verk som kom ut på 1920 och 1930-talen. Selma Lagerlöf har ett litterärt språk som både griper tag och förundrar, genom sina gestaltningar av verkens människor och deras känslor. Hon hade en röd tråd genom sitt författarskap som handlade om medmänsklighet, fred och rättsinlighet. Hennes hembygd var ofta en inspirationskälla för Selma, både när det gäller människor och miljöer. 1909 fick Selma som första svensk och första kvinna Nobelpriset i litteratur. Fem år senare valdes hon in i Svenska Akademien, även här som första kvinna. Detta då Sverige inte fått allmän rösträtt än. Genom Nobelpriset 1909 fick Selma ett världsrykte och hennes böcker har översatts till många olika språk och görs än idag.¹⁰⁶ När Svenska Akademiens ordförande ringde Selma om nyheten om hennes inval poängterades att ett nekande skulle göra det svårt för kvinnor att i framtiden komma in i den Svenska Akademien. Selma fick då väga fördelar och nackdelar mot varandra, hon ansåg att för ”kvinnosakens” skull vore det av nytta och hon såg fram emot att få arbeta med bl.a. Heidenstam och Karlfeldt, samtidigt såg hon invalet i akademien som en slags pensionering. Genom att tacka ja blev hon en banbrytare, viktet visar ännu en sida av Selma.¹⁰⁷

Selma var så pass stor i Sverige att inte ens Strindberg hoppade på henne, skriver Reijo Rüster och Lars Westman i boken *Selma på Mårbacka*¹⁰⁸ och menar fortsättningsvis att Selma sågs som en stor konkurrent och det var många av hennes samtida författarkollegor som försökte ta ner henne genom att kalla henne för Sagotant. Hemma i Östra Ämtervik däremot var intresset för litteratur och författare som Strindberg inte särskilt stort och Selma såg de fortfarande som löjtnantens lilla halta flicka som aldrig blev uppjuden på balarna, trots hennes många framgångar.¹⁰⁹ Med hjälp av Fryksdalen har Selma skrivit många berättelser, då hon utgått från hur landskapet ser ut, olika människoöden och lokala gestalter, men utan att någon skulle känna sig utpekade. I och med *Kejsaren av Portugallien* frångick hon den principen då ”Jan i Skrolycka” både finns som karaktär i berättelsen och fanns som verklig person med samma namn. Jan Nilsson som han egentligen hette var ett sockenoriginal som Selma kom ihåg och led med från sin hembygd och genom boken *Kejsaren av Portugallien* gav hon honom en slags upprättelse.¹¹⁰ Hon kallade denna berättelse även för ”en svensk kung Lear”, vilket hon gjorde genom att syfta på far- och dotterrelationen.¹¹¹

Som turistdestination är Mårbacka en av Värmlands mest besökta tack vare Selma Lagerlöf, men också tack vare den otroliga naturen och miljön i Fryksdalen. Selma hade turen att födas på denna vackra plats och genom att använda sig av sin hembygd som scen i sina verk finns en stark koppling mellan de båda och på så vis skapades mycket av den mystik som finns kring Fryksdalen. Selma var redan under sin levnadstid medveten om vikten av att bevara ett

¹⁰⁵ www.marbacka.se

¹⁰⁶ www.marbacka.se & www.selmalagerlof.org

¹⁰⁷ Edström 2002, s. 422

¹⁰⁸ Rüster & Westman 1996

¹⁰⁹ Ibid., s. 12

¹¹⁰ Väpnargård 1993, 67f

¹¹¹ Edström 2002, s. 434

kulturarv och att göra det tillgängligt för allmänheten, det var precis det hon gjorde genom sitt testamente. Hon uttryckte själv att: *"Om jag inte åstadkommit något mer i mitt liv, så har jag i alla fall dragit turisterna till Värmland."*¹¹² Idag marknadsförs kommunen som "Sagens Sunne", vilket de kan tacka Selma Lagerlöf för.

Aktuellt för 2008 är det 150 årsjubileum som ska firas till minne av Selma Lagerlöf. Det kommer att hända en rad olika aktiviteter och evenemang i hela landet, t.ex. utställningar på postmuseet i Stockholm och på Kungliga Biblioteket. Men även lokalt i Sunne kommer det i augusti bli en intensiv vecka med bl.a. teateruppsättning av Västanå teater. Det kommer också att bli ett jubileum 2009 med tanke på Selmas Nobelpris i litteratur 1909, vilket man också planerar för.¹¹³

Som intendent på Mårbacka arbetar Britt Wenling och hon ansvarar för all verksamhet på gården. Wenling är den som jobbar på årsbasis medan det finns anställda guider under sommarsäsongen då Mårbacka står öppet för allmänheten. På Mårbacka använder man sig av Selma som person, författare och företagare som grunden i hela verksamheten. Selma återspeglas i alla delar av verksamheten, allt från odlingen, till caféet och till hennes bevarade hem, berättar Wenling i en intervju. Med Selma själv som profil går Mårbackas affärsidé ut på att öka intresset för Selma Lagerlöf och att underhålla besökarna på ett varierande sätt. De vill att besökarna av Mårbacka ska lära känna Selma på många olika plan och att man genom en guidad visning ska bli berörd både till tårar och till skratt. De försöker vara så pass lyhörda på vad turisterna vill ha, att de utifrån det kan skapa personliga visningar. För denna verksamhet är platsen oerhört central och genom att Stiftelsens styrelse har respekterat Selmas egen önskan står Mårbacka ännu intakt. Selma uttryckte själv att "Mårbacka har varit mitt livs stora kärlek", berättar Wenling.¹¹⁴

Wenling anser att kulturturismklimatet är gott i Värmland utifrån att det finns många företag som arbetar med den typen av verksamhet i landskapet. Värmländska författare tolkar ofta sitt landskap genom roliga historier, ofta på dialekt och med en "stolighet" som karaktäriserar Värmland, menar Wenling. Värmland är känd för sina författare och Wenling säger att berättandet är en viktig resurs och en bra utgångspunkt för turistföretagare i Värmland. Litteraturen är av stor betydelse för Värmland och utgör även en del av landskapets identitet. Många av dessa företag och kulturcentra träffar Wenling genom "Kultur nätverket", ett samarbete som startade i början av 2000-talet. Nätverket är bra för verksamheten då alla aktörer har möjligheten att hjälpas åt och bolla idéer, men också tillsammans arbeta för att marknadsföra Värmland som en helhet.¹¹⁵

Trots att byggnaden och miljön på Mårbacka är minnesmärkta anser Wenling inte att hon möter på några direkta hinder. Hon menar att saker fördras på grund av att det ska göras på ett gammalt sätt och det krävs en bra kontakt med Länsstyrelsen. Men samtidigt poängterar hon att det är av stor vikt att det finns en instans som reglerar bevarandet och att det inte är en problematik som stör verksamheten.¹¹⁶

Inför framtiden arbetar Britt Wenling med att rikta Mårbackas verksamhet till fler målgrupper. I samverkan med fler aktörer, som t.ex. media, hoppas Wenling kunna hålla

¹¹² www.s.lst.se

¹¹³ www.selmalagerlof.org

¹¹⁴ Intervju Wenling

¹¹⁵ Ibid.

¹¹⁶ Ibid.

intresset för Selma Lagerlöf levande. Men det krävs förändringar på många plan då det inte blir enklare att locka besökare till Mårbacka. De är medvetna om att inget sker per automatik, de är öppna för nya tankar och omvärldsanalyser och för därför en ständig diskussion om förändringar och utveckling av gården.¹¹⁷

Wenling anser att i detta högenergiska samhälle krävs platser som Mårbacka, som kan ge ro i sinnet som ett slags andningshål, som kontrast till dagens stress men också till den växande äventyrsturismen. Om kulturarvet ska kunna bevaras beror det mycket på hur kulturaktörerna förvaltar det, anser Wenling. Det gäller att vara öppen för den tid man lever i och Wenling förklarar att berättelsens betydelse inte blir sämre av att den berättas på ett annat sätt. Men i balansen mellan att bevara och utveckla blir betoningen på att bevara. Wenling menar avslutningsvis att det är svårt att berätta utan att bevara berättelsen.¹¹⁸

Mötet mellan Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf infanns endast en gång då de båda ungdomarna var i tjugooårsåldern och träffades på Öjerviks gård, sommaren 1880. Denna avsaknad av möten trots att de nästan var jämnåriga, både författare och födda och uppvuxna i Värmland. Men det fanns andra intressanta slags möten mellan dem i form av många gemensamma nämnare, t.ex. hade de båda fäder som var löjtnanter, de debuterade samma år (1891), de var flitiga brevskrivare, de skrev ofta om kärleken och de hade båda en förkärlek till Värmland som de så många gånger gestaltat genom sina verk.¹¹⁹

Det finns ett stort antal bevarade brev efter Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf och många av dem är idag utgivna i bokform. Fröding skrev framförallt till sin gode vän Mauritz Hellberg och sin syster Cecilia Fröding och Selma till sina kära vänner Sophie Elkan och Valborg Olander.¹²⁰

Ett annat slags möte mellan de båda författarna inträffar tio år efter Frödings död (dog 1911) då Selma fick i uppdrag att skriva en prolog till minne av den saknade skalden, vid en minnesfest på Kungliga Teatern (Operan) i Stockholm. I prologen drar hon sig till minnes deras första möte och i ton med bl.a. Frödings egen dikt *En hög visa* skrev Selma:¹²¹

*”Si många dagar äro farna
sedan vi hörde vår väns harpa i Klarälvslandet,
sedan han hade oss i bojor med danslåter
o gjorde oss till trälar med strängspel.”*

¹¹⁷ Intervju Wenling

¹¹⁸ Ibid.

¹¹⁹ Järliden 1998, s. 30-32

¹²⁰ Ibid., s. 33

¹²¹ Ibid., s. 34

5. Analys

I denna del av studien kommer de teoretiska utgångspunkterna appliceras på studiens resultat för att på så vis uppnå det syfte och svara på de frågeställningar som studien grundar sig på.

5.1 Litteratur som resurs för en turistisk verksamhet

Cajsa Jansson som arbetar som turisminformatör på Värmlands Turistråd menar att Värmland som helhet prioriteras och ses som en kulturdestination och att det finns många varierande resurser i landskapet som bildar denna helhet. Ander Heimer som är projektledare för regeringens uppdrag att ta fram ett program för utvecklingen av en hållbar natur- och kulturturism i Värmland, delar in Värmland i sex delar som alla är unika och bär på specifika resurser, dessa områden är *Bergslagen i östra Värmland* som speglar en järnindustrihistoria, *Fryksdalen* där berättandet och litteraturen står i centrum, *Klarälvdalen* som historiskt varit otroligt viktig för transporten, *Skogslandskapet i norra Värmland* där "gammelskogarna" finns, *Västra Värmlands skogar och sjösystem* med naturrika vandrings- och kanotleder och *Vänerlandskapet och Vänerskärgården* i södra Värmland. Dessa olika natur- och kulturresurser gör Värmland till en attraktiv turismdestination.

I Värmland tar man tillvara det kulturarv landskapet har att tillgå, för att användas som resurs för en turistisk verksamhet. Värmland kallas ofta för "författarna och herrgårdarnas" landskap, då landskapet har en lång och rik litteraturskatt och många bevarade herrgårdar. Detta kulturarv i form av litteratur är något som man använder för en turismverksamhet inom den så kallade litteraturturismen. Uppsatsens fallstudier, Gustaf Frödings Alsters Herrgård och Selma Lagerlöfs Mårbacka, är två tydliga exempel på hur man i Värmland använder sig av litteraturen som utgångspunkt för att bevara ett kulturarv och samtidigt göra det tillgängligt för allmänheten.

På Alsters Herrgård och Mårbacka har man en liknande affärsidé. Båda använder sig av den aktuella författare som profil och genom turismverksamheten på respektive herrgård ges en varierande bild av författarna, detta för att ge en större kunskap och djupare förståelse för både personerna och författarna Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf. Studien visar även att dessa två författare är båda viktiga kulturarv i Värmland som man i länet använder sig av för att skapa turistattraktioner som ska förmedla kunskap, förståelse och en känsla för dessa två författares liv och verk.

Genom att under sommarsäsong erbjuda turister en utställning om Gustaf Fröding och herrgårdens historia, teaterföreställningar, musikkonserter, dansuppvisningar, mat- och hantverksmarknader, försäljning av böcker och souvenirer, konstutställningar och möjligheten att kunna ta sig en kopp kaffe i herrgårdsparken, visar på en varierande turismverksamhet i Gustaf Frödings tecken. Herrgården tillsammans med herrgårdsparken, teaterladan Magasinet, hantverksboden i Västra Flygeln, samt Östra Flygeln och likboden skapar tillsammans en helhet, som med varierande innehåll hoppas tillfredsställa besökarna. I Alsterdalens miljö kan man få en bild av vad Gustaf Fröding skrev om sin diktning, då han ofta använde sig av Alster med omnejd som utspelningsscener. Då Fröding är en av Sveriges största skalders lever minnet av honom och hans verk vidare genom hans födelsehem Alsters Herrgård, som både är minnesgård efter Fröding och en kulturarvsresurs för en turistisk verksamhet.

På ett liknande sätt skapar Mårbackas temautställningar om Selma Lagerlöf, författarhemsutställningen, herrgårdsparken, Mårbackas Handel, caféet och julmarknaden det utbud man

får ta del av genom ett besök på Mårbacka. Selma byggde upp en företagsamhet kring gården genom både jordbruk och aktiebolaget Mårbacka Havremjöl. Redan under sin levnadstid kom många turister till Mårbacka för att få en glimt av författaren själv och hennes hem och trädgård. Än idag är det Selmas hem och trädgård som lockar turister och som ligger till grund för kulturarvsturismen på Mårbacka. Selma ville själv att hennes hem skulle stå öppet för allmänheten, vilket är en önskan som den ägande stiftelsen av gården respekterade och därför är Mårbacka än idag säsongöppet för att kunna ta del av Selmas liv och verk. Då hennes romaner ofta utspelades i Selmas hemtrakt får man genom ett besök på Mårbacka och Östra Ämtervik en bild av Selmas inspirationslandskap.

Lotta Braunerhielm skriver i sin studie *Plats för kulturarv och turism* om det spänningsfält som finns mellan kulturarv och turism som baseras på olika förhållningssätt som uttrycks antingen i en bevarandetanke eller en tro på kommersialiseringen. Detta kan skapa ett problem för kulturarvsaktörer som Alsters Herrgård och Mårbacka, men även uppmuntra en möjlighet till ett närmande. I ett möte mellan kulturarv och kommersiell turism ses kulturen som resurs, produkt och inkomstkälla, som i detta fall är Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf. Med samhällsförändringar som kommersialisering riskerar dessa kulturprodukter att förlora sitt bruksvärde, skriver Braunerhielm och att det genom det blir en utmaning för kulturarvsaktörerna att inte mista produktens bruksvärde, då kommersen stoppar upp bevarandearbetet. Studien visar dock på att både Alsters Herrgård och Mårbacka lyckas hålla en balans mellan bevarandet och kommersialisering för deras kulturarvsturism. En faktor som skulle göra Alsters Herrgård och Mårbacka till vilka herrgårdar som helst vore en avsaknad av de båda författarna, det är Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding som blir kulturprodukterna man vill bevara minnet av och samtidigt tjäna pengar på (i alla fall så att verksamheten går runt). Braunerhielm menar att det finns ett ansvar hos de kulturhistoriska aktörerna att dra nytta av besökare som besöker platsen i ett kommersiellt syfte och likt turismen kring Arn i Västergötland använder man sig i Värmland av Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf för att skapa en litteraturturism.

Tillsammans med Susanna Heldt Cassel belyser Lotta Braunerhielm litteraturturismen som en av turismens nischer i sin artikel *Från Astrid Lindgrens ideallandskap till vandringar i deckarförfattarnas spår*. De menar att de platsers turism som utgår från litteraturen kallas berättelsedestinationer, vilket både Alsters Herrgård och Mårbacka kan benämnas som. Braunerhielm och Heldt Cassel poängterar dock att det ställs höga krav på berättelsedestinationerna idag då det är viktigt att attraktioner fungerar som en motsats till vardagen och kan ge något nytt, annorlunda och autentiskt. Vad som är unikt på varje berättelsedestination varierar, men det som är gemensamt är hur författaren eller en fiktiv karaktär ur en bok och en plats skapar ett band. På samma sätt som Astrid Lindgren kopplas ihop med Småland och Kurt Wallander med Ystad, finns en stark koppling mellan författarna Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf och platsen Värmland. Detta band kan skapas genom att författaren själv har en stark koppling till den aktuella platsen, vilket både Fröding har till Alsterdalen och Selma har till Mårbacka. Braunerhielm och Heldt Cassel tar Astrid Lindgren som exempel i sin artikel och säger att Astrid använde sig av sin egen barndom i sina böcker, vilket gör att man både får en känsla av platsanknytning, men man får också som betraktare uppleva författaren själv genom böckerna. Denna koppling mellan författare och plats ser vi på samma sätt mellan Gustaf Fröding och Alsterdalen och mellan Selma Lagerlöf och Mårbacka. Denna koppling som man kan se som en resurs för en turistisk verksamhet är gemensam för berättelsedestinationerna.

5.2 Symboler, bilder och identitet

Martin Gren och Per-Olov Hallin förklarar genom *Kulturgeografi – en ämnesteoretisk introduktion* att en plats är så mycket mer än endast en geografisk placerad koordinat, då man genom den humanistiska geografin kan fånga en plats mening, upplevelse, syfte och känslomässiga band. Att denna förändring av synen på en plats har skett, beror på att man idag mer betraktar en plats som en social konstruktion. Vilket kan göra att en föreställning om en plats både kan existera i verkligheten men också genom en uppfattning om en plats som endast finns i betraktarens eget huvud. Detta spår är även Braunerhielm och Heldt Cassel inne på när de skriver att betraktaren av en bok eller en film bär på en uppfattning av en plats som inte behöver ha en direkt koppling till en verklig plats. Om man applicerar detta på Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf använder de ofta deras hemtrakt Värmland som inspiration i deras verk vilket påverkar betraktarens uppfattning om platsen. När man då besöker de båda platserna, Alsterdalen och Östra Ämtervik, känner man snabbt igen sig från böcker. Alltså finns denna föreställning om en plats både i verkligheten och som en uppfattning i betraktarens huvud.

Det som skiljer en plats från en annan skriver Gren och Hallin mer om då de menar att de materiella och de immateriella avgränsningarna är avgörande i en särskiljning. Något som intendenten Per-Olov Byh menar när han säger att Alsters Herrgård är som viken ”medelherrgård” som helst, men att det är Gustaf Fröding som skiljer Alsters Herrgård från alla andra. Så länge vi besöker en plats, betraktar den genom ett foto eller en film, läser om platsen, hör berättas om den och minns den kommer den också att finnas kvar. Men så fort vi slutar att betrakta och minnas den kommer platsen också att sluta existera. Detta motiverar att bevara minnet av Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf för betydelsen av Alsterdalen och Östra Ämtervik som platser.

Platser får sin yttersta betydelse av dess identitet, genom att människor lever och verkar på platsen och som på samma sätt formar människornas identitet. Platser skapar alltså en arena som bär på olika identiteter vilket i sin tur markerar ett slags ”vi och dem” förhållande. Detta används också för att skilja en plats från en annan, vilket också ses på platserna Alsterdalen och Östra Ämtervik.

Det känslomässiga band Gren och Hallin skriver om handlar om de platser som ger djupa känslor både individuellt och kollektivt. Det kollektiva bandet utgör även en kollektiv lockelse, vilket är en resurs som turismindustrin tar tillvara. Att söka identitet i kollektiv mening på en plats skriver Thomas Hylland Eriksen också om, då han lyfter fram betydelsen av historien. Han menar att då den samtidigt vi lever i ständigt förändras av olika samhällsförändringar, förändras även det samtida förhållningssättet till historien. Historien blir på det sättet mångtydigt och tolkningen av historien på en plats ser olika ut i olika tider. Han poängterar att det endast är en liten del av historien som blivit bevarad genom historieskrivarna och det är den historien som skapar vårt gemensamma kulturarv. Kulturarvet i form av Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf är exempel på bevarad historia som lever vidare än idag. Intendenten för Mårbacka, Britt Wenling, visar en medvetenhet om tidernas föränderlighet och berättar att de är öppna för nya tankesätt och omvärldsanalyser i deras kulturarvsverksamhet. Trots ett krav på utveckling och förändring betonar Wenling betydelsen av att bevara, då hon förklarar att det i en kulturarvsverksamhet som grundar sig på litteraturen är svårt att berätta utan att bevara själva berättelsen.

Detta visar på betydelsen av olika delar som tillsammans gör en plats till en helhet. En plats innefattar en geografisk placering, men innehåller även en historia, en berättelse, en känsla och en identitet som gör varje plats unik. Detta i sin tur utgör en resurs för en turistisk verksamhet på en plats som man utnyttjar både på Alsters Herrgård och på Mårbacka.

Om samhällsförändringarnas påverkan av en plats och dess identitet skriver Lotta Braunerhielm om när hon förklarar om den konflikt som finns mellan en bevarandetanke och en utvecklingstanke, där den platsanknutna identiteten är av stor vikt. Beroende på vilket förhållningssätt man har till platsen påverkas även den bild man väljer att identifiera platsen genom. Det är då upp till kulturturismaktörerna att lyfta fram en marknadsföringsbild av platsen, vilket också blir den bild besökarna identifierar platsen med. Resultatet visar att det finns en gemensam bild av Värmland som man använder sig av i ett marknadsföringssyfte, vilket är en identitet som präglas av dess säregna natur, men även som en kulturdestination.

Platsens identitets betydelse för turisternas val av resmål skriver Thomas Blom och Mats Nilsson om i *Symbolturism – Morbidturism – Mytturism*. De menar att anledningen till att man reser överhuvudtaget handlar om att fly från vardagen för att uppleva något annat. Samtidigt som det finns en längtan om "det andra" söker vi oss ändå till platser som speglar vår livsform och tillgodoser det behov vi har för att ge livet lite krydda. Både Alsters Herrgård och Mårbacka erbjuder något som inte motsvarar en vardag och kan för de med ett visst kulturellt kapital (habitus) motsvara en viss livsform.

Blom och Nilsson talar om de symboler man förknippar med en plats, som tillsammans utgör en mental bild av platsen. Symboler och bilder av en plats påverkar de förväntningar som finns och är avgörande för en plats identitet. Dessa symboler hjälper oss att komma ihåg en plats. På så vis kan Gustaf Fröding ses som en symbol för Alsterdalen och Selma Lagerlöf för Östra Ämtervik, och tillsammans skapar de en mental bild av Värmland. Denna bild är även en generellt uppfattad vilket man använder sig av i marknadsföringen av Värmland för att locka turister. Detta ser man bl.a. i broschyren *KulturreSOR – Värmland* där Alsters Herrgård och Mårbacka är de två första attraktionerna som presenteras i utbudet av landskapets kulturattraktioner. Men även i broschyren *Upplevelser i Värmland och Hedmark* finns de båda kulturattraktionerna presenterade under rubriken *Sagolikt och Storslaget*. Alsters Herrgård och Mårbacka fungerar genom detta som positiva symboler som man använder sig av både för att identifiera och marknadsföra Värmland.

Något som Blom och Nilsson nämner i sin studie är betydelsen av symbolernas räckvidd, då den kan vara lokal, regional, nationell eller internationell. Ju längre räckvidd symbolerna har desto större chans att fler turister känner till den och även besöker den plats symbolen förknippas med. I och med Selma Lagerlöfs Nobelpris 1909 har hon som symbol en längre räckvidd än Gustaf Fröding internationellt. På lokal, regional och nationell nivå är däremot både Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf välkända symboler.

Lage Wahlström skriver i *Bilder av en plats – ett kulturgeografiskt perspektiv* om hur just litteratur, men även film och konst kan skapa en bild av en plats som Selma och Fröding gör för Värmland. Han menar att denna metod att lyfta fram en plats enskilda symbolvärde genom litteratur kan vara framgångsrik för att sätta platsen på kartan för omvärlden. Symboler kan representeras genom berättardestinationer som Braunerhielm och Heldt Cassel skriver om. De litterära skildringarna skapar ett symbolvärde och en identitet som kan ligga till grund för en marknadsföring av en plats, vilket Alsters Herrgård och Mårbacka är för Värmland.

5.3 Kultur- och litteraturturismens varaktighet i framtiden

För att innan behandlat viktiga faktorer för de resurser som ligger till grund för en turismverksamhet och för en plats marknadsföring, anser jag det fortsättningsvis intressant att se vilka möjligheter respektive hinder som råder för att driva kulturattraktioner som Alsters Herrgård och Mårbacka i framtiden. Om den problematik och de möjligheter som råder inom kulturturismen i Sverige när det gäller produktutveckling och marknadsföring behandlar Carl Christian Rümmelein i *Kultur som resurs för svensk turism*. För att nå de kulturintresserade turisterna krävs att sektorerna kultursektor, offentlig sektor och turismnäring samverkar. Det krävs alltså ett bra kulturturistiskt klimat i en region, för att tillsammans jobba mot samma mål. I Värmland finns olika offentliga instanser som jobbar för att gynna kulturen och/eller turismen och i studiens resultat har Länsstyrelsen Värmland, Region Värmland och Värmlands Turistråd presenterats. Länsstyrelsen arbetar bl.a. med kulturminnen och besöksnäring i Värmland för att sträva efter ett hållbart samhälle med kulturen som drivkraft. Region Värmland arbetar med tillväxtfrågor, regional utveckling, kultur och bildning och deras verksamhet är indelade i olika avdelningar bl.a. "Kultur och Fritid" och "Näringsliv, arbetsmarknad och turism". Med hjälp av de kulturella resurser landskapet har att tillgå arbetar Region Värmland för att skapa en positiv bild av Värmland. De lägger också stor vikt vid omvärldsanalyser, regionens projektverksamhet och marknadsföringen av Värmland nationellt och internationellt. Under Region Värmland finns Stiftelsen Värmlands Turistråd som har uppdraget att ansvara för samordningen, marknadsföringen, utvecklingsprojekten och utbildningen av Värmlands turismnäring. Dessa tre offentliga instanser arbetar för att skapa goda förutsättningar för att klimatet inom kulturturismen ska vara så gott som möjligt, i samverkan med de kulturaktörer och turismnäring som finns i länet. De representanter som intervjuats i studien tycker alla att kulturturismklimatet i Värmland är bra och att landskapet har många bra produkter av hög kvalitet som tillsammans skapar en kulturdestination.

Det finns ett "Kulturnätverk" i Värmland där många kulturturismaktörer finns representerade i Region Värmland och Värmlands Turistråds regi. I nätverket deltar 21 aktörer inom kulturturismen som tillsammans skapar en bild av det kulturella Värmland. Detta Kulturnätverk kan man se som en del i det goda kulturturismklimat som råder i Värmland och både Alsters Herrgård och Mårbacka deltar i nätverket. Intendenterna för de båda herrgårdarna menar att nätverket är av stor betydelse för deras egen verksamhet, men även för kulturturismen i allmänhet i Värmland. Detta är ett exempel på den samverkan som råder inom Värmlands län mellan de olika sektorerna och aktörerna.

Rümmelein använder sig av McKinsey's modell som innefattar sju faktorer som krävs för att kulturturismen ska bli framgångsrik. Dessa faktorer måste inom en kulturturismverksamhet fungera och samverka för bästa resultat. De tre första är *strategi, struktur och system*; där strategin utgör verksamhetens riktning, strukturen fullföljer den och systemen styr informationen, planeringen och kontrollen av den. De andra fyra är *stilen* som handlar om beteenden och attityder inom verksamheten, *kunskap* måste finnas inom alla områden tillgängligt för alla, *personalens* utbildning, rekrytering och utveckling är också av stor vikt och tillsammans ska hela verksamheten stå på samma *värdegrund*. Rümmelein utvecklade modellen då han bytte ut stilen mot *servicekultur*, hans andra komponent är *finansiella resurser* men poängterar att den allra mest betydelsefulla komponenten är *attraktionen själv*. Dessa nio faktorer arbetar man med inom de tre sektorerna och de bidrar med sina starka sidor för att motverka varandras svagheter, likt Rümmeleins modell. I och med den plattform som är framtagen mellan Värmlands kommuner, turismnäring och Värmlands Turistråd, finns en gemensam formulering för hur man vill göra Värmland till en framgångsrik kulturdestination.

Den offentliga sektorn har möjlighet att bidra med ekonomiska hjälpmedel då kulturprojekt är i behov av det, vilket ger bättre förutsättningar för att det startas upp fler kulturturismföretag. Kulturnätverket i länet kan fungera som den gemensamma värdegrund som kan hjälpa aktörerna att sträva efter samma mål. Rümmelein skriver i sin studie att ett samarbete som detta är av stor betydelse då det ger en möjlighet till en ökad kunskap om de olika sektorernas områden. Modellen och dess faktorer kan tyckas vara en förenkling av verkligheten, vilket Rümmelein också menar att det är, men den kan användas som ett hjälpmedel för att utveckla sin kulturprodukt och för att öka samverkan med andra aktörer.

Rümmelein talar fortsättningsvis om vikten av marknadsföringen av en produkt. Kulturnätverket har tillsammans sammanställt broschyren *KulturreSOR – Värmland* där de medverkande kulturattraktionerna presenteras som en helhet. Broschyren delas ut vid den största marknadsföringssatsningen som görs av Värmland, nämligen Bok och Biblioteksmässan i Göteborg. Det är sjuttonde året i rad som Region Värmland arrangerar Värmlandsmontern, vilket är en del av det Värmlandskvarter som finns på mässan. Denna verksamhet har blivit en slags förebild för andra landskap som ser vilken insats Värmland gör för att skapa en nyfikenhet på kultur- och litteraturlandskapet Värmland. Denna stora marknadsförings- satsning hoppas i förlängningen få mässans besökare att resa till Värmland. Även en sammanställd broschyr om litteraturen i Värmland delas ut under mässan, nämligen *Bok i Värmland*, berättar mässansvarig Ingalill Walander Olsson. Ett mindre sammanhang, med samma syfte att lyfta fram Värmland som ett kultur- och litteraturlandskap, genomförs genom den lokala Bokmässan i Värmland.

Marknadsföringen av Värmlands kultur och litteratur genom broschyrerna och bokmässan i Göteborg gör aktörerna i Kulturnätverket tillsammans starkare, då de får möjligheten att marknadsföra sig på ett så omfattande sätt som inte varit möjligt om de inte ingått i nätverket. Detta visar på betydelsen av samverkan istället för att verka var och en på sitt håll, vilket Rümmelein poängterar. För Alsters Herrgård och Mårbacka ger marknadsföringen genom bokmässan och broschyren goda förutsättningar inom kultur- och litteraturturismen.

Att samverka i olika nätverk kan även vara av stor nytta då man mellan olika kulturturismaktörer kan utbyta kunskaper och erfarenheter. Om detta berättar intendenten Per-Olov Byh om då Alsters Herrgård ingår i ett nätverk för museer i Värmland, där de träffas med jämna mellanrum för att lära sig mer om bl.a. utställningsteknik, säkerhet och marknadsföring. Det krävs även ett större kunskapsutbyte mellan kultursektorn och turismnäringen, enligt Rümmelein, där den offentliga sektorn får en betydande roll. Rollen att medla mellan dessa har alltså Region Värmland för att på så vis utveckla kulturturismen i landskapet. All denna samverkan ger goda förutsättningar för kulturturismens varaktighet i framtiden.

Det kan dock finnas hinder för kulturturismen och framförallt för de som baserar sin verksamhet på ett kulturarv, då samhällsförändringar som globalisering och kommersialisering kan ses som kulturarvsverksamhetens största fiende, som Braunerhielm beskriver. Balansen mellan bevarandetanken och utvecklingstanken kan vara svår att hantera som kulturarvsaktör, då en kulturprodukt utifrån kommersen får ett bytesvärde och ett bruksvärde genom bevarandet. Idag när man tenderar att se kulturprodukter som något man vill tjäna pengar på, blir arbetet för att lyckas bevara densamma viktigt. Det finns restriktioner för hur ett kulturarv ska bevaras som regleras utifrån Länsstyrelsen. Både Per-Olov Byh och Britt Wenling, intendenten för Alsters Herrgård respektive Mårbacka, menar att dessa regler är ett pris man får betala för att gynna bevarandet. Med hjälp av Länsstyrelsens metoder kan

kommersialiseringen få en rättfärdig motståndare och på så vis skapa en balans mellan de båda. Ett annat hinder kan vara att kulturturism ofta är baserade på en ideell basis, vilket kan motverka att nya turismföretag stratas upp, då det är svårt att konkurrera med något som är gratis, vilket Anders Heimer skriver om i sin studie.

När jag frågade de olika kulturturismaktörerna i Värmland som på något sätt jobbar med denna verksamhet, har de alla en ljus bild av kultur- och litteraturturismens framtid, trots att de är medvetna om att det är svårt att sja om framtiden. De har alla strategier för att ge kultur- och litteraturturismen så goda förutsättningar som möjligt för att skapa en varaktighet. Anders Heimer på Länsstyrelsen i Värmland menar att det finns en stor potential för utvecklingen av natur- och kulturturismen och menar att framgången ligger i en helhetstanke. En helhet då faciliteter, boende, transport och måltid kan bakas in i verksamheten och Heimer tror att man i Värmland kan jobba mer med detta än vad man idag gör inom kulturturismen. Ulf Nordström på Region Värmland menar att kulturprodukter som Alsters Herrgård, Västanå Teater och Mårbacka är starka dragplåster till Värmland, men att det finns resurser i landskapet som man inte tillvaratar, som t.ex. minnet av Göran Tunström som han menar skulle kunna ligga till grund för en kulturturismverksamhet. Han nämner också att den stora turismverksamhet som finns kring Astrid Lindgren och hennes karaktärer i Småland är något av en förebild för Värmlands framtida kulturturism. Turisminformatören Cajsa Jansson på Värmlands Turistråd lyfter fram Värmland som en kulturdestination istället för enskilda kulturturismdestinationer och menar att det är av stor vikt att jobba utifrån samverkan och närverk för att tillsammans visa upp Värmland som en helhet. Här blir kulturnätverkets arbete med marknadsföringen på Bok och Biblioteksmässan i Göteborg av stor vikt, för att marknadsföra Värmland som kulturdestination. Ansvarig för bokmässan, Ingalill Walander Olsson, lyfter också fram betydelsen av bokmässan för att få turister att besöka Värmland. Hon säger också att det finns ett rikt nyskapande inom litteraturen i Värmland, vilket är en bra förutsättning för kultur- och litteraturturismen i Värmland.

I en jämförelse mellan Alsters Herrgård och Mårbacka är båda en del av den viktiga resurs, symbol och identitet i Värmland som litteraturen utgör, vilket alla intervjupersoner i studien håller med om. Både Alsters Herrgård och Mårbacka är uppbyggda på liknande sätt och använder sig av respektive författare för att profilera sin verksamhet. Det skulle kunna finnas en skillnad i verksamheten, fränsett plats och innehåll, är att Selma Lagerlöf 1909 fick Nobelpriset i litteratur vilket ger Selma som symbol en längre räckvidd internationellt än Gustaf Fröding. Trots att det finns många gemensamma nämnare mellan dessa två litteraturturismattraktioner är det just Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf som skiljer den ena platsen från den andra.

6. Slutsatser

Kulturdestinationen Värmland ses som en helhet med många unika kulturreсурser som ligger till grund för den turistiska verksamheten. Det kulturarv som finns i länet tar man tillvara och den rika litteraturskatt och de många bevarade herrgårdar som finns i Värmland gör att landskapet ofta identifieras som ”författarna och herrgårdarnas landskap”. Denna litteraturreсурs använder man som resurs för turism, nämligen litteraturturism och uppsatsens fallstudier Alsters Herrgård och Mårbacka är två exempel av flera i länet på hur man vill bevara ett kulturarv och samtidigt för allmänheten göra det tillgängligt.

Profilen som både Alsters Herrgård och Mårbacka arbetar utifrån är den aktuella författaren på respektive herrgård och de båda affärsidéerna liknar varandra då de aktörerna vill bringa kunskap och förståelse om Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf och att dessa författare fungerar som en röd tråd genom hela den varierande verksamheten på Alsters Herrgård och Mårbacka. På detta viset bevarar man minnet av Fröding och Selma samtidigt som man gör det tillgängligt genom turismen. Lotta Braunerhielm menar att en kulturprodukt idag mer ses som något man kan tjäna pengar på genom ett bytesvärde i stället för bruksvärdet. Genom verksamheterna på Alsters Herrgård och Mårbacka finns både ett bytesvärde och ett bruksvärde av kulturprodukterna Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf.

Braunerhielm har skrivit om litteraturturismen tillsammans med Susanna Heldt Cassel där de menar att platser som använder sig av litteraturen som resurs i sin turism kallas berättelsedestinationer. Berättelsedestinationerna är alla unika på sitt sätt, men den gemensamma nämnaren är hur en författare och en plats skapar ett band som kopplar dem samman, som bandet mellan Gustaf Fröding och Alsterdalen och Selma Lagerlöf och Östra Ämtervik. Genom att som författare använda sig av sin hemtrakt som scen i sina böcker skapas detta band, vilket är en grundläggande förutsättning för litteraturturismen.

Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf ses inte endast som en resurs för litteraturturismen i Värmland, utan också som symboler och en identitet för landskapet. Detta förklaras genom Gren och Hallins resonemang att en plats är så mycket mer än en geografisk koordinat. Genom sociala och kulturella konstruktioner får en plats en mening, upplevelser, syfte och ett känslomässigt band, som gör att en plats både kan finnas i verkligheten men också genom en uppfattning av en plats som finns i betraktarens huvud. Även Braunerhielm och Heldt Cassel skriver om detta när de menar att genom att läsa en bok får man en uppfattning om en plats och på så sätt finns den, utan att ha besökt den i verkligheten. Att uppleva Alsterdalen och Mårbacka kan man göra genom Fröding och Selmas litterära verk då man får en uppfattning av hur platserna ser ut, vilket i detta fall överensstämmer med verkligheten. Men så fort vi slutar att betrakta och minnas en plats kommer den samtidigt sluta att existera, vilket motiverar arbetet att bevara platsens kulturarv som Alsters herrgård och Mårbacka. Den yttersta betydelsen av en plats får den genom dess identitet, som formas genom att människor lever och verkar på en plats, som en slags arena där olika identiteter skapas. Detta ser vi på Alsters Herrgård och Mårbacka där Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf levde och efterlämnat en identitet, som också utgör den kollektiva identiteten vi än idag förknippar dessa två platser med. Det är denna kollektiva lockelse som man kan utnyttja i ett turistiskt syfte på platsen. Utifrån detta kan man se på en plats med olika ögon och tillsammans skapas en helhet som både innefattar en geografisk placering, en historia, en berättelse, en känsla och en symbol som identifierar platsen. På Alsters Herrgård och Mårbacka utgör Gustaf Fröding respektive Selma Lagerlöf en betydelsefull del av platsernas historia, berättelse, känsla, symbol och identitet.

Det finns en konflikt mellan bevarandetanken och kommersialiseringen som kan vara svår att hantera inom kulturarvsturismen, vilket också påverkar identiteten av en plats. Man väljer den bild och de resurser som man vill lyfta fram på en specifik plats och i Värmland är det naturen och kulturen som står i fokus och det är den bild och identitet man väljer att marknadsföra landskapet genom. Denna identitet är också av avgörande betydelse för turistens val av resmål och Blom och Nilsson menar att man väljer de resmål som motsvarar sitt kulturella kapital och i marknadsföringen av Värmland är det en målgrupp med en förförståelse för natur och kultur man vänder sig till.

Blom och Nilsson talar vidare om symbolerna som man förknippar en plats med och menar att de tillsammans utgör en mental bild av samma plats, vilket också Wahlström skriver om. De menar att en samlad grupp symboler identifierar en plats, likt Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf utgör en del av en mental bild av Värmland. Denna generellt uppfattade bild av Värmland används i marknadsföringen av landskapet, vilket vi kan se i de broschyrer studien behandlat. Fröding och Selma sätter på så vis Värmland på kartan, även om Selma som symbol har en längre räckvidd än Fröding internationellt.

För att den kulturturistiska verksamheten ska hålla i framtiden finns olika metoder att arbeta utifrån och Carl Christian Rümmelein presenterar en. För det första menar han att det krävs en bra samverkan mellan kultursektor, offentlig sektor och turismnäring för att få turisterna till platsen. Ur ett inifrånperspektiv anses kulturturismklimatet i Värmland vara gott, utifrån studiens intervjupersoner som arbetar med länets kulturturism. Detta goda kulturklimat uttrycks bl.a. i det kulturnätverk som representerar kulturturismen i Värmland. Tillsammans blir nätverkets kulturaktörer starka, de kan utbyta kunskaper och erfarenheter och kan gemensamt marknadsföra sig genom broschyren *Kulturesor – Värmland* på ett sätt som inte varit möjligt om de inte varit delaktiga i nätverket. Både Alsters Herrgårds och Mårbackas intendent, Per-Olov Byh och Britt Wenling, menar att kulturnätverket både gynnar de enskilda kulturattraktionerna och Värmland som kulturdestination. Vidare använder sig Rümmelein av nio faktorer som är viktiga för att driva kulturturismen framåt, vilka är *strategi, struktur, system, servicekultur, kunskap, personal, gemensam värdegrund, finansiella resurser och attraktionen* själv. Studien visar att dessa faktorer tas i beaktning av de kulturaktörer och instanser i Värmlands län. I nätverket gör man en stor satsning under Bok och Biblioteksmässan i Göteborg när det gäller att marknadsföra Värmland som ett riks kultur- och litteraturlandskap och hoppas i förlängningen att locka besökarna till Värmland. Detta utgör goda förutsättningar för kulturdestinationen Värmland.

Något som kan ses som ett hinder för kulturarvsturismen är de samhällsförändringar som globalisering och kommersialisering, menar Braunerhielm. Men för att skapa en balans mellan bevarandetanken och utvecklingstanken finns restriktioner för hur kulturminnen ska hanteras, vilket Länsstyrelsen reglerar. Byh och Wenling delar uppfattningen om att dessa regler är nödvändiga för bevarandet av kulturarvet.

Trots att kulturarvsturismen kräver att verksamheten drivs utifrån vissa regler och att de omständigheterna gör att det ekonomiska priset kan bli högt, finns det som ovan visats möjligheter och potential för Värmlands litteraturturism i framtiden. Med hjälp av en samverkan mellan olika aktörer och instanser när det gäller kunskapsutbyte, brainstorming och en gemensam marknadsföring skapas goda förutsättningar för den värmländska litteraturturismens varaktighet i framtiden.

7. Diskussion

Studien visar att skalderna Gustaf Fröding och Selma Lagerlöf är betydelsefulla resurser och symboler för Värmland och utgör även en del av landskapets identitet, vilket man använder sig av inom litteraturturismen. Berättandet i varierande former förknippas ofta med Värmland, från ”stolligt” dialektberättande till allvarlig diktning. Det finns en mångfald i skapandet och berättandet som för Värmland är unikt. Anledningen till att man som betraktare uppfattar den värmländska litteraturen med just Värmland grundar sig i att författarna ofta använder sig av landskapets resurser i sitt skapande, vilket vi kunde se både hos Gustaf Fröding och hos Selma Lagerlöf. Berättandet har i denna studie behandlats utifrån den äldre litteraturen, men det finns även många framstående samtida författare och diktare i Värmland och många nya unga förmågor. Så litteraturen som en kategori har stor potential och kan nyttjas för att Värmland ska utvecklas som kultur- och litteraturdestination inom turismen.

Förutom Alsters Herrgård och Mårbacka som behandlats i studien finns det fler kända författare i Värmland som det finns en fungerande turism kring, som t.ex. Nils Ferlin. Kulturföreningen Kulörta Lyktor tillmannans med Ferlingruppen i Filipstad har byggt upp ett Ferlinmuseum som en del av Museet Kvarnen och det stod klart våren 2005 och är på det viset en ung verksamhet. Utställningen speglar Ferlins liv och verk framförallt utifrån uppväxtåren i Filipstad.¹²² Ett annat exempel på en fungerande litteraturturism i Värmland är den kring Bengt Berg i Torsby. Diktaren driver tillsammans med sin fru bokförlaget Heidruns och Heidruns Bok- och bildcafé som har målsättningen att vara en mötesplats för alla.¹²³ Detta är exempel på författare som det finns en litteraturturism kring i Värmland, men det finns ett flertal författare som inte används som en turistisk resurs; Göran Tunström är en av dem och Inger och Lasse Sandberg skulle man också kunna lyfta fram mer än vad man redan gör. Litteraturturismen har utifrån detta potential att expandera i Värmland om man använder sig av de outnyttjade författarresurserna.

Utifrån att litteraturen och berättelsen är en del av Värmlands identitet som man kan bygga en turismverksamhet kring börjar jag fråga mig om man kan göra mer med litteraturturismen. Under arbetets gång har undringar och frågor skapats hur man ytterligare kan använda sig av berättelsen som resurs, både när det gäller den nuvarande verksamheten men också en ny. Som det ser ut idag finns det litteraturturismattraktioner utspridda i landskapet, vilka grundar sig i en specifik författare. Då litteraturturismen inte är annorlunda än någon annan nisch när det gäller att locka fler turister och besökare gäller det att komma på metoder för att påverka besökarantalet. En idé för att skapa ett ökat intresse för den värmländska berättelsen och locka fler turister handlar om att samla denna litteraturskatt på ett och samma ställe, en värmländsk berättelsedestination. En plats där Värmlands hela litteraturskatt finns representerad, både de författare som det redan finns en turism kring och den som inte innan utnyttjats för en turism. På så vis kan denna attraktion fungera som en utgångspunkt, göra turisterna nyfikna på att veta mer om författarna och platserna de förknippas med och på så vis vägleda turisterna till de enskilda turismverksamheterna kring författarna runt om i landskapet. En berättelsedestination för alla smaker och för alla åldrar, för att på så vis attrahera så många målgrupper som möjligt. Genom ett litteraturcentrum skulle man låta författare från olika generationer och kategorier mötas i spännande former, bygga upp litterära utställningar, bjuda in författare till intressanta och inspirerande föreläsningar, hålla i kurser och workshops osv.

¹²² www.ferlin.se

¹²³ www.heidruns.se

Exakt hur en sådan verksamhet skulle kunna se ut är inte lika viktigt som idén och konceptet att skapa en värmländsk berättelsedestination. Detta skulle också kunna utgöra ännu ett steg mot en större och bättre samverkan och samarbete mellan kulturaktörer, offentlig sektor och turismnäring i Värmland.

För att spåna vidare om möjliga utvecklingsmetoder för litteraturturismen tar Anders Heimer på Länsstyrelsen upp ett tankesätt som man skulle kunna använda sig mer av i Värmland än man redan gör, vilket är helhetstanken. Att ett besök på en attraktion blir mer av en helhetsupplevelse än endast en enskild produkt. Med hjälp av utökade boendemöjligheter kan turisterna stanna längre på platsen och tack vare goda transportmöjligheter blir det lättare för besökaren att ta sig från, men framförallt till platsen. Likt berättelsen är måltiden en resurs man kan ta tillvara för att utgöra en helhet och komplett blir det också om måltiden på något sätt har en koppling till litteraturen eller författaren, för att skapa ett band mellan upplevelsens alla delar. Tillsammans med andra bekvämligheter kan dessa åtgärder göra berättelsedestinationen till en helhetsupplevelse. Om man ser till den litteraturturism som behandlats i denna studie, Alsters Herrgård och Mårbacka, finns det delar i verksamheten som man skulle kunna jobba mer med för att skapa en helhetsupplevelse. Trots att verksamheten på dessa två platser är omfattande och varierande saknas boendemöjligheter på respektive ställe, vilket gör att turisterna får bege sig till närmsta samhälle/stad för att övernatta, vilket blir Karlstad respektive Sunne. Detta är eventuellt inte möjligt då kulturminneslagen inte tillåter vilka tillbyggnader som helst, men vad som kan vara av gagn för Alsters Herrgård och Mårbacka är att tänka utifrån ett helhetsperspektiv så långt det är möjligt utan att skapa ett allt för stort slitage.

En annan metod för att lyfta fram berättelsen och litteraturen är att jobba utifrån större sammanhang som festivaler och andra stora evenemang. Ett exempel på ett stort evenemang som man i Värmland använder sig av är den årliga Bok och Biblioteksmässan i Göteborg och den mindre lokala Bokmässan i Värmland. På bokmässan i Göteborg utgör Värmland ett helt kvarter vilket är unikt i sitt slag när det gäller att exponera ett landskap på mässan. Värmland kan man ses som en förebild för andra landskap, för att på så sätt göra besökarna nyfikna och i förlängningen locka dem till landskapet. Den lokala bokmässan har andra förutsättningar då den är mindre, men samtidigt har man på hemmaplan möjlighet att lyfta fram fler värmländska författare och ge var och en av dem mer uppmärksamhet.

I strävan efter en varaktig litteraturturism i framtiden finns varierande modeller och metoder att utgå ifrån, vilket jag visat exempel på. I en tid av globalisering och kommersialism ställs högre krav på kulturarvsturismen och bevarandet blir då av största betydelse. Britt Wenling menar i studien att det är svårt att berätta utan att bevara berättelsen, vilket det ligger mycket sanning bakom. Men att bevara en berättelse handlar också om att ta tillvara nya berättelser, det samtida nyskapandet och de unga förmågorna, för att skapa goda förutsättningar för dem att etablera sig som författare. Detta blir av stor betydelse för att vidmakthålla intresset för litteraturen och det framtida kulturarvet.

Källförteckning

Litteratur

- Cullberg, Johan, *Gustaf Fröding och kärleken*, Natur och Kultur, Värnamo, 2004
- Edström, Vivi, *Selma Lagerlöf – Livets vågspel*, Natur och Kultur, Uddevalla, 2002
- Eriksson, Benkt, *Alster 600 år*, Värmlands lantmän, Karlstad, 1997
- Fröding, Gustaf, *Gustaf Frödings Poesi*, Wahlström & Widstrand, Avesta, 2004
- Hylland Eriksen, Thomas, *Historia, myt och identitet*, översättning Steve Sem-Sandberg, Bonnier Alba Essä, Värnamo, 1996
- Lagerlöf, Selma, *Gösta Berlings saga*, Studentlitteratur, Lund, 1991
- Lagerlöf, Selma, *Nils Holgerssons underbara resa genom Sverige*, Bonniers Juniorförlag, Leipzig, 1982
- Lindström, Göran, *Gustaf Fröding*, Norma Bokförlag AB, Borås, 1993
- Michanek, Germund, *Fröding själv*, Wahlström & Widstrand, Falun, 2002
- Rüster, Reijo och Lars Westman, *Selma på Mårbacka*, Albert Bonniers Förlag, Italien, 1996
- Väpnargård, Marian, *Käraste Selma Lagerlöf*, Libris, Norge, 1993

Vetenskapliga rapporter och artiklar

- Andersson, Nicklas, *Lockelser i Solen – en studie av turistiska symboler ur ett marknadsföringsperspektiv*, C-uppsats i Turism, Karlstads Universitet, 2002
- Blom, Thomas och Mats Nilsson, *Symbolturism – Morbidturism - Mytturism – turistiska produkter av vår tid?* Arbetsrapport, november 2000, nr 11, Karlstad Universitet
- Braunerhielm, Lotta & Susanna Heldt Cassel, *Berättelsedestinationer. Från Astrid Lindgrens ideallandskap till vandringar i deckardrottningarnas fotspår*. Kommande publikation från Vitterhetsakademien, Stockholm, 2007
- Braunerhielm, Lotta, *Plats för kulturarv och turism – Grythyttan – en fallstudie av upplevelser, värderingar och intressen*, Doktorsavhandling 2006:12, Karlstads Universitet
- Gren, Martin och Per-Olov Hallin, *Kulturgeografi – en ämnesteorietisk introduktion*, Liber AB, Lund, 2003

Hagsmo, Leena, *Kulturarvet och kulturturismen i Grums, en plats i Värmland*, C-uppsats i Kulturgeografi, Karlstads Universitet, 2002

Johansson, Frida, *Historia, myter, och symboler som turismresurser – med exempel från Jan Guillous trilogi om Arn*, C-uppsats i Kulturgeografi, Karlstads Universitet, 2002

Luukkonen, Katarina, *Berättelsen i fokus för regional tillväxt – utvärdering av pilotprojektet ”Berättardalen” i Fryksdalen*, C-uppsats i Kulturgeografi, Karlstads Universitet, 2005

Rümmelein, Carl Christian, *Kultur som resurs för svensk turism – problem och möjligheter för produktutveckling och marknadsförning av kulturturism i Sverige*, Arbetsrapport 96:1 Högskolan i Karlstad

Sohl, Marlene, *Hur bevarar man ett kulturarv? En studie av Sahlströmsgården*, C-uppsats i Historia, Karlstads Universitet, 2005

Wahlström, Lage, *Bilder av platser - ett kulturgeografiskt perspektiv*, CHOROS 1994:4

Övriga rapporter och tidskrifter

Järliden, Barbro, artikel i Parnass - De litterära sällskapens tidskrift om skönlitterära klassiker, *Mötet mellan Selma Lagerlöf och Gustaf Fröding*, s 30-34, nr 4-5, 1998

Länsstyrelsen Värmland, *Hållbar utveckling i Värmland*, 2007, nr 1

Värmlands Turistråd, *Varumärkesplattform*

Länsstyrelsen Värmland, projektledare Anders Heimer, *Utveckling av Natur- och kulturturism i Värmlands län*, 2007

Intervjupersoner

Anders Heimer, projektledare Länsstyrelsen Värmland, 20071219

Britt Wenling, intendent Mårbacka, 20071213

Cajsa Jansson, turisminformatör Värmlands Turistråd, 20071213

Ingalill Walander Olsson, vikarierande chef Länsbiblioteket Värmland, 20071219

Per-Olov Byh, intendent Alsters Herrgård, 20071213

Ulf Nordström, strateg Region Värmland, 20071213

Broschyror

Värmlands Turistråd och Hedmark Reiseliv BA, *Upplevelser i Värmland och Hedmark*

Värmlands Turistråd, *KulturreSOR – Värmland*, 2007

Region Värmland, *Bok i Värmland*, 2007

Internetkällor

www.ferlin.se, hämtad 20080112

www.heidrums.se, hämtad 20080112

www.karlstad.se, hämtad 20071205

www.marbacka.com, hämtad 20071205

www.regionvarmland.se, hämtad 20071202

www.s.lst.se, hämtad 20071202

www.selmalagerlof.org, hämtad 20071205

www.varmland.org, hämtad 20071202

Bilaga 1

Intervjuunderlag till Alsters Herrgård och Mårbacka

1. Vad är Er befattning och vilka arbetsuppgifter innebär Er tjänst?
2. Hur ser organisationen ut runt Er verksamhet?
3. Hur använder Ni er av den värmländska litteraturen som resurs för Er turistiska verksamhet?
4. Hur ser Alsters Herrgårds/Mårbackas affärsidé ut?
– Hur arbetar Ni för att bevara minnet av Gustaf Fröding/Selma Lagerlöf?
5. Hur anser Ni att klimatet är för kulturturismen i Värmland? Görs det satsningar från kommunens sida och/eller andra aktörer?
6. Hur arbetar Ni med kulturturismen i Värmland?
– Ingår Ni i något samarbete med andra kulturturismaktörer i Värmland?
7. Vilken betydelse har detta litteraturarv för Värmland?
– Tror Ni att den värmländska litteraturen påverkar bilden av Värmland?
– Om så är fallet, på vilket sätt?
8. Vilken betydelse har platsen, men även den större regionen, för Er verksamhet?
9. Möter Ni på något hinder i Ert arbete att bevara ett kulturarv i en turistisk form?
– Exempelvis finns restriktioner kring kulturarvsmiljöer, är detta något som Ni stött på i Er verksamhet på Alsters Herrgård/Mårbacka?
– Kan denna problematik i så fall innebära en hämning för verksamheten och i så fall hur?
10. Hur ser Ni på framtiden med Alsters Herrgård/Mårbacka som kulturarvsaktör?
11. Hur jobbar Ni för att göra verksamheten varaktig i framtiden?
– Tror Ni att kulturarvsturismen har en framtid?
– Kommer vi fortfarande vilja bevara minnet av vårt kulturarv?
12. Vad är Era framtidsvisioner mera konkret med verksamheten på Alsters Herrgård/Mårbacka?
13. Till sist undrar jag om jag får använda Er som referens i min uppsats?

Tack för Er Medverkan!

Bilaga 2

Intervjuunderlag till Länsstyrelsen Värmland, Region Värmland och Värmlands Turistråd

1. Vad är Er befattning och vilka arbetsuppgifter innebär Er tjänst?
2. Hur arbetar Ni med kulturturismen i Värmland?
3. Hur anser Ni att klimatet är för kulturturismen i Värmland?
– Görs det satsningar inom kulturturismen? Vad i så fall?
4. Då kultur är ett brett begrepp och fenomen undrar jag vad inom kulturturismen som prioriteras respektive inte prioriteras i Värmland?
5. Hur anser Ni att litteraturen och berättelsen fungerar som resurs för en turistisk verksamhet i Värmland?
6. Vilken betydelse har Värmlands författare för turismnäringen i landskapet?
7. Vilken betydelse har Värmlands författare för bilden av Värmland?
8. Arbetar Ni kring litteratorturism i Värmland, som en specifik del av kulturturismen?
9. Hur jobbar Ni för att göra denna kulturturistiska verksamhet varaktig i framtiden?
– Har Ni någon vision och hur ser den ut i så fall?
10. Till sist undrar jag om jag får använda Er som referens i min uppsats?

Tack för Er Medverkan!

Bilaga 3

Intervjuunderlag till Länsbiblioteket Värmland

1. Vad är Er befattning och vilka arbetsuppgifter innebär Er tjänst?
2. Hur arbetar Ni med litteraturen i Värmland?
3. Hur anser Ni att intresset är för värmländsk litteratur?
– Vilken litteratur är mest populär anser Ni?
4. Hur arbetar Ni för att marknadsföra den värmländska litteraturen? Ge gärna exempel.
5. Hur anser Ni att litteraturen och berättelsen fungerar som resurs för en turistisk verksamhet i Värmland? Har Ni någon uppfattning om det?
6. Vilken betydelse har Värmlands författare för turismnäringen i landskapet?
7. Vilken betydelse har Värmlands författare för bilden av Värmland?
8. Ingår Ni i något samarbete med andra litteratur- och kulturaktörer i Värmland?
9. Hur jobbar Ni för att upprätthålla intresset för litteraturen i Värmland?
10. Hur ser författarklimatet ut i Värmland idag?
– Är den värmländska litteraturen nyskapande?
11. Till sist undrar jag om jag får använda Er som referens i min uppsats?

Tack för Er Medverkan!

Bilaga 4 Gustaf Fröding



ur Strövtåg i hembygden

Det är skimmer i molnen och glitter i sjön,
det är ljus över stränder och näs
och omkring står den härliga skogen grön
bakom ängarnas gungande gräs.

Och med sommar och skönhet och
skogsvindsackord
står min hembygd och hälsar mig glad,
var mig hälsad!

- Men var är min faders gård,
det är tomt bakom lönnarnas rad.

Det är tomt, det är bränt, det är härjat och
kalt,
där den låg, ligger berghällen bar,
men däröver går minnet med vinden sval,
och det minnet är allt som är kvar.

Och det är som jag såge en gavel stå vit
och ett fönster stå öppet däri,
som piano det ljud och en munter bit
av en visa med käck melodi.

ur Vackert Väder

Klar låg himlen över viken,
solen stekte hett,
och vid Haga ringde Hagas
gälla vällingklocka ett.
Brunskogs Kyrka stod och lyste
som en bondbrud, grann och ny.
Över björkarne vid Berga
som ett hattflor på en herrgårdsfröken
svävade en sky.

Idealism och realism

Nu är jag led vid tidens schism
emellan jord och stjärnor.
Vår idealism och realism,
de klyva våra hjärnor.

Det ljugs, när porträtterat grus
får namn av konst och fågling.
En syn, som svävar skön och ljus
i skyn, är sann som hägning.

Men strunt är strunt och snus är snus,
om ock i gyllne dosor,
och rosor i ett sprucket krus
är ändå alltid rosor.

En kärleksvisa

Jag köpte min kärlek för pengar,
för mig var ej annan att få,
sjung vackert, I skorrande strängar,
sjung vackert om kärlek ändå.

Den drömmen, som aldrig besannats,
som dröm var den vacker att få,
för den, som ur Eden förbannats,
är Eden ett Eden ändå.

Bilaga 5 Selma Lagerlöf



ur Gösta Berlings saga

Sjön har sin början ganska långt uppe i norr, och där är ett härligt land för en sjö. Skogen och bergen upphöra aldrig att samla vatten åt den, strömmar och bäckar störta ner i den året om. Den har fin vit sand att sträcka ut sig på, uddar och holmar att avspegla och beskåda, näck och sjörå ha fritt spelrum där, och den växer sig hastigt stor och skön. Där uppe i norr är den glad och vänlig. Man ska bara se den en sommarmorgon, när den ligger yrvaken under dimslöjan, för att märka hur munter den är. Den gäckas först en stund, kryper sakta, sakta fram ur det lätta omhöljet, så trolskt vacker, att man knappt kan känna igen den, men så kastar den med ett ryck av sig hela täcket och ligger där blott och bar och rosigt och glittrar i morgonljuset. Men sjön nöjer sig inte med detta lekfulla liv, den snör ihop sig till ett smalt sund, bryter sig fram genom några sandkullar i söder och söker upp ett nytt rike åt sig.

Ett sådant finner den också. Den blir större och väldigare, har bottenlösa djup att fylla och ett idogt landskap att pryda. Men nu blir även vattnat mörkare, stranden mindre omväxlande, vindarna skarpare, hela karaktären strängare. En ståtlig och härlig sjö är den. Många äro de fartyg och timmerflottar, som färdas där, sent får den vintervila, sällan förrän efter jul. Ofta är den också i vresigt lynne, den kan skumma vit av vrede och vråka omkull segelbåtar, men den kan också ligga i drömmande lugn och avspegla himlen.

ur Nils Holgerssons underbara resa genom Sverige

Han blev inte mindre håglös, när vildgässen ropade, att nu var de komna in i Värmland, och att älven, som de följde mot söder, var Klarälven. ”Jag har redan sett så många älvar”, tänkte han. ”Jag behöver inte göra mig besvär med att titta på en till.”

Också om han hade varit mera skådelysten, hade han inte haft mycket att se på, för i norra Värmland finns det inte annat än stora, enformiga skogar, genom vilka Klarälven slingrar, smal och rik på forsar. Här och där syns en kolmila, ett svedjefall eller ett par låga, skorstenslösa stugor, där det bor finnar. Men i allmänhet har skogen en sådan utbredning, att man kan tro sig vara långt uppe i Lappland...

Det var muntert folk, och de hade mycket att tala om, därför att de hade arbetat på många olika orter. Men mitt under samspråket råkade en av dem säga, att fastän han hade varit överallt i Sverige, hade han inte sett någon trakt, som var vackrare än Nordmarken borta i västra Värmland, där han var hemma.

Bilaga 6
Alsters Herrgård



Alsters Herrgård



Herrgårdscaféet



Västra Flygeln



Hörsalen



Östra Flygeln



Herrgårdsparken



Magasinet

Bilaga 7
Mårbacka



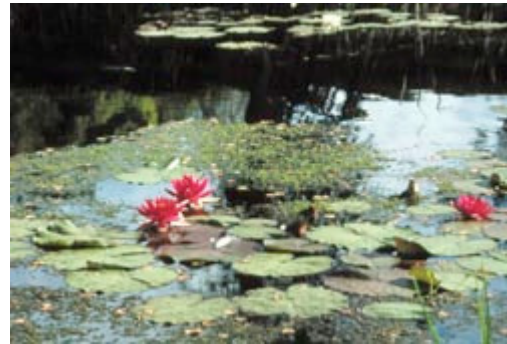
Mårbacka Minnesgård



Selma Lagerlöf och Ruth Brandberg i
Mårbackas trädgård före husets
ombyggnad 1921.



Biblioteket



Ruddammen



Salongen



Trädgården