



Masteroppgave

ADM755 Samfunnsendring, organisasjon og ledelse

Forståelse av bærekraftig reiseliv

- En casestudie av Rauma

Linn Therese Solheim Svarthumle

Totalt antall sider inkludert forsiden: 90

Molde, 31.08.2021



Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

<i>Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:</i>		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen §§14 og 15.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i URKUND, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens retningslinjer for behandling av saker om fusk	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Personvern

Personopplysningsloven

Forskningsprosjekt som innebærer behandling av personopplysninger iht.

Personopplysningsloven skal meldes til Norsk senter for forskningsdata, NSD, for vurdering.

Har oppgaven vært vurdert av NSD?

ja nei

- Hvis ja:

Referansenummer:

- Hvis nei:

Jeg/vi erklærer at oppgaven ikke omfattes av Personopplysningsloven:

Helseforskningsloven

Dersom prosjektet faller inn under Helseforskningsloven, skal det også søkes om forhåndsgodkjenning fra Regionale komiteer for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk, REK, i din region.

Har oppgaven vært til behandling hos REK?

ja nei

- Hvis ja:

Referansenummer:

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 30

Veileder: Lise Lillebrygfjeld Halse

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven. §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Opgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å

gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Dato: 31.08.2021

Forord

Denne oppgaven er mitt avsluttende arbeid i min masterutdanning i samfunnsendring, organisasjon og ledelse ved Høgskolen i Molde. Det har vært en lærerik, spennende og ikke minst krevende del av livet. En tilværelse som inkluderer fjern studie, full jobb, mann og barn, er ikke nødvendigvis noe jeg nå vil anbefale for andre, men jeg kom i mål og har slutført et ferdig produkt.

Det har vært en utrolig spennende prosess å skrive en masteroppgave om bærekraftig utvikling. Dette er en nødvendighet i samfunnet, og jeg håper flere kan få øynene opp for hvilke konsekvenser menneskelige handlinger kan og vil ha for fremtiden. Arbeidet med masteroppgaven har gitt meg mye, både kunnskap og nye perspektiv, som jeg kan ta med meg videre i livet. Jeg har fått anledning til å sette meg grundig inn i både institusjonelle teorier, utvikling av reiselivet samt prøvd meg på kvalitativ metode. Dette krevde at jeg arbeidet både strukturert og målrettet.

Det er mange som fortjener en takk i forbindelse med gjennomføring av denne oppgaven. Først og fremst vil jeg sende en stor takk til min veileder, Lise Lillebrygfjeld Halse, for konstruktive tilbakemeldinger, gode samtaler og en verdifull veiledning. Du har hjulpet meg på veien, og ført meg i riktig retning. Tusen takk for din gode hjelp! Så vil jeg takke min kjære mann, Tor Anders, som har vært en god støttespiller gjennom hele studiet. Du har gitt meg frihet til å prioritere studiet, du har støttet og oppmuntret meg på de mørke dagene, og lagt til rette for studietid. De to skønne barna mine, fortjener en stor og varm takk for tålmodighet med meg når jeg har prioritert lesing og skriving på fridager, fremfor tid sammen med dem. Og alle dere fine, trygge barnevakter som har tatt imot barna mine! Dere er unike!

Molde, 31.08.2021

Linn Therese Solheim Svarthumle

Sammendrag

Reiselivet er en de næringer i verden som vokser raskest, og det er forventet fremtidig økning. Når antall reisende øker, gir dette grunnlag for økonomisk vekst i næringen, men det gir også økt belastning på naturressurser, kulturminner og de ulike lokalsamfunn. Dette bidrar til behovet for en bærekraftig utvikling – en utvikling som er rettferdig økonomisk forsvarlig, samtidig som den fører til miljømessig levedyktighet og er akseptert av de sosiale omgivelsene. FN og UNWTO har engasjert seg i dette arbeidet, og i 2015 ble Agenda 2030 vedtatt. Denne omhandler et globalt rammeverk for å få slutt på ekstrem fattigdom, bekjempe ulikheter- og urettferdigheter i verden samt å få klimaendringene under kontroll. I denne forbindelse ble det satt opp 17 bærekraftsmål, hvor reiselivet har mulighet til å bidra direkte- eller indirekte. Den Norske Regjering har utarbeidet en nasjonal politikk for utviklingen av reiselivet, men gir de ulike lokalsamfunnene eierskap til utviklingen av reiselivet på sitt sted. Innovasjon Norges merkeordning for bærekraftig reiseliv, samt Miljødirektoratets autorisasjonsordning for Nasjonale turiststier er statlige ordninger som de ulike reiselivsdestinasjoner kan søke om.

Naturen har alltid vært et grunnelement i norsk reiseliv, også i Rauma som er en kommune med rike naturressurser, i form av fjell, fjorder og lakseelv. De siste årene har ulike reiselivsaktører i Rauma arbeidet for å få godkjent fase 1 av Innovasjon Norges merkeordning, søkt om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi, samtidig som det er vedtatt og bygget en gondol fra sentrum av Åndalsnes til toppen av Nesaksla. Bygging av Romsdalsgondolen skapte debatter og uenigheter i lokalmiljøet. Tidligere forskning viser til at det dessverre ikke er en entydig forståelse av hva som bidrar til en bærekraftig utvikling. I denne oppgaven studerer jeg det lokale mediebildet i Rauma, for å finne ut hvordan ulike aktører forstår bærekraft. Jeg har tatt utgangspunkt i institusjonell teori, og teori om institusjonelle logikker for å gjennomføre studien. Gjennom innsamling av empiri, finner jeg at ulike aktører har ulik forståelse av bærekraft, basert på deres verdier, normer og roller i samfunnet. Dette gir uttrykk for at konkurrerende logikker skaper spenninger og uenighet i debatten om vern eller utnyttning av naturressursene.

Innhold

1.0 Innledning	1
1.1 Problemstilling	5
1.2 Problemstillingens formål	6
1.3 Oppgavens struktur.....	8
2.0 Teoretisk rammeverk	9
2.1 Institusjoner og institusjonell teori	9
2.2 Institusjonelle omgivelser.....	9
2.2.1 Scotts tre søyler	11
2.3 Organisasjonsfelt	12
2.4 Institusjonelle logikker	13
2.4.1 Konvensjonsteori	14
2.5 Dominerende og konkurrerende logikker.....	15
2.5.1 Styring og sameksistens av konkurrerende institusjonelle logikker	16
2.6 Bærekraftig utvikling	18
2.7 Den tredelte bunnlinje	19
2.7.1 Den økonomiske dimensjonen – Profitt.....	20
2.7.2 Den sosiale dimensjonen – Menneske	21
2.7.3 Miljømessig dimensjon - Miljø.....	22
2.7.4 Oppsummering og kritikk av den tredelte bunnlinje.....	22
2.8 UNWTOs bærekrafts prinsipp.....	24
2.8.1 Agenda 2030 for bærekraftig utvikling av reiselivet	25
2.9 Norges arbeid mot et bærekraftig reiseliv	27
2.9.1 Innovasjon Norges merkeordning om Bærekraftig reisemål	28
2.9.2 Nasjonal turiststi - Miljødepartementet.....	30
2.10 Fra teori til empiri	31
3.0 Metode	33
3.1 Valg av metode.....	33
3.2 Valg av forskningsdesign	33
3.2.1 Casestudie	35
3.2.2 Dokumentstudie	36
3.2.3 Søkshistorikk og utvalgskriterier	36
3.2.4 Artikkelloversikt.....	38
3.2.5 Kvalitativ analyseteknikk.....	41

3.3	Datakvalitet	42
3.4	Begrensninger	43
4.0	Introduksjon til caset	44
4.1	Åndalsnes i Rauma	44
4.2	Rauma som bærekraftig reisemål	45
4.3	Aktørene i caset	48
5.0	Funn.....	49
5.1	Internasjonale- og Nasjonale reguleringer.....	49
5.2	Verdier og normer i Rauma.....	52
5.3	Hvordan forstås bærekraftig reiseliv av aktører i Rauma?	53
5.3.1	Det økonomiske perspektiv	54
5.3.2	Det miljømessige perspektiv	57
5.3.3	Det samfunnmessige perspektivet	64
6.0	Drøfting	67
6.1	Dominerende institusjonelle logikker hos reiselivsaktørene	67
6.1.1	Økonomisk bærekraft.....	68
6.1.2	Miljømessig bærekraft	69
6.1.3	Dominerende logikker.....	70
6.2	Kompatible eller konkurrerende institusjonelle logikker?	71
6.3	Konflikthåndtering mellom ulike institusjonelle logikker	73
7.0	Konklusjon.....	76

Figurer

Figur 1: Inndeling av omgivelser i ulike nivå	10
Figur 2: Balanse mellom miljømessige-, økonomiske- og sosiale forhold gir bærekraftig utvikling	20
Figur 3: De 17 bærekraftsmålene	27
Figur 4: Innovasjon Norges 10 prinsipper for å sikre et bærekraftig reiseliv	42
Figur 5: Institusjonelle omgivelser i caset.....	48

1.0 Innledning

Allerede på midten av 1800-tallet søkte britiske laksefiskere, jegere og fjellklatrere til norske fjorder og fjell. Vitenskapsmenn, diktere og kunstnere søkte til fjellet i samme tidsperiode. Vitenskapsmennenes undersøkelse av fjellets topografi, geologi av flora og fauna bidrog til å utforske store fjellområder i Sør-Norge. Diktere og forfattere bidrog med sine reisebeskrivelser til at stadig flere drog på fottur. I 1868 ble den Norske Turistforening (DNT) stiftet, med formål om å ivareta og utvikle fot-turismen (Store Norske Leksikon 2021). Etter hvert ble det stiftet lokale turistforeninger og turlag som blant annet har bygget egne hytter for fotturistene, opparbeidet- og tilrettelagt stier ved hjelp av varder og merking, samt utarbeidet kart og rutebeskrivelser. De ansatte også fjell- og breførere. Formålet til DNT var:

"Lad oss gjøre det let og billigt, at rigtig mange kan komme og se, hva der er stort og vakkert i vort land"

Thomas Heftye, DNTs stifter (Den Norske Turistforening 2018).

«Forening for reiseliv i Norge» ble etablert i 1903, og skulle samordne markedsføring av norske reisemål overfor de utenlandske turister. Foreningen endret navn til Norges turistråd i 1999, og i 2004 ble virksomheten overtatt av Innovasjon Norge (Store Norske Leksikon 2020b). På begynnelsen av 1900-tallet stod cruiseskipsanløp for et betydelig innslag av turisttrafikken til Vestlandet, og når fjord-distriktene fikk veiforbindelse økte også biltrafikken. De første campingplassene i Norge åpnet på 1930-tallet, og den individuelle bil-turismen var i stadig vekst. I etterkrigstiden var det stor vekst i reiselivet både til og fra Norge, og gruppeturer med buss ble en svært viktig inntektskilde. Fra 1970 tallet ble det endringer i nordmenns ferievaner, da de i større grad rettet feriereisene mot internasjonale destinasjoner, men internasjonale turister fortsatte å reise til Norge (Store Norske Leksikon 2021).

Vi er i en tid hvor samfunnsutviklingen og økonomien til befolkningen i store deler av verden forbedres. Dette medfører økt fritid og kjøpekraft som mange benytter til å reise og oppleve eget- eller fremmede land (Næringslivets perspektivmelding 2018).

Befolkningsøkning på jorden og velstandsøkning, samt teknologiutvikling bidrar til at reiselivet er en av verdens raskeste voksende næringer. Det er ventet at internasjonal

turisme skal fortsette å øke, noe som skaper grunnlag for vekst og utvikling av reiselivsnæringen (Nærings- og Fiskeridepartementet 2019). Økning i antall reisende gir grunnlag for økonomisk vekst i næringen, men det gir også økt belastning på naturressurser, kulturminner og de ulike lokalsamfunn. Ifølge artikkelen «The production of sustainable tourism: Concepts and examples from Norway» er konsekvensene av en raskt voksende turistindustri tydelige å se: Forurensning i forbindelse med reiser, destinasjonsvekst som påvirker dyreliv og biologisk mangfold samt «Disneyfisering» av lokal kultur, er alle eksempler på utfordringer i forbindelse med næringen (Eliash, Welford, and Ytterhus 2002).

Naturen har alltid vært et grunnelement i norsk reiseliv, og økt bruk av natur og verneområder har medført et stort behov for miljøretningslinjer for de naturbaserte reiselivsbedriftene. Naturen gjør at det er mulig å leve på jorden. Den gir oss ren luft, rent vann, mat, medisiner og unike opplevelser. Et rikt naturmangfold har stor økonomisk og samfunnsmessig verdi. Likevel blir vi opplyst om at areal med inngrepsfri natur på verdensbasis reduseres. Ifølge miljødirektoratet blir det stadig mindre av områder med inngrepsfri natur også i Norge. Dette er områder som er viktige for naturmangfold, landskapskvaliteter og -variasjon, naturopplevelser og klimatilpasning (Miljødirektoratet 2018). Forurensningen fra menneskelig aktivitet fører til at klimaet på jorden er i ferd med å endre seg, som igjen påvirker naturmangfoldet i havet og på jorden (FN 2019b). Naturmangfoldet er alle de ulike variasjonene av liv som finnes i naturen, og omfatter alle dyr og planter i alle geografiske områder og i ulike økosystemer. Alle artene har sin bestemte funksjon, og bidrar til at balansen opprettholdes og økosystemet kan fungere. Dette er menneskehetens livsgrunnlag på jorden. Endringer i klima og arts mangfold grunnet menneskelig aktivitet, truer mulighet for liv på jorden (FN 2020). Det er derfor viktig at vi fokuserer på en bærekraftig utvikling, også innen reiselivet.

Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, også kaldt Brundtland-kommisjonen, la i 1987 frem rapporten «Vår felles fremtid», som lanserte begrepet bærekraftig utvikling. Ifølge FN blir bærekraftig utvikling definert som

«en utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov» (FN 2019a).

Basert på dette, definerer Eligh, Welford, and Ytterhus (2002) bærekraftig turisme, slik;

Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunity for the future. It is envisaged as leading the management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems (Eligh, Welford, and Ytterhus 2002, 195).

Norge har unike naturressurser og et kunnskapsgrunnlag, som kan gi en ledende posisjon innen naturbasert reiseliv. Ikke i antall turister – men med fokus på opplevelser, verdiskaping og bærekraft kan det naturbaserte reiselivet bli en del av det grønne skiftet (Fredman 2017). I et globalt perspektiv er Norge et reisemål hvor naturen er den sentrale attraksjonen. Den særegne naturen gir landet fortrinn, og et stort potensial for økonomisk verdiskaping og næringsutvikling – spesielt i distriktene. Besøkende ferdes i naturen og bruker den til ulike aktiviteter. Norsk friluftsliv og aktiviteter er forankret i allemannsretten og friluftsløven, som gir alle rett til å ferdes fritt og oppholde seg i norsk natur. Alle kan ferdes til fots eller på ski i naturen, uavhengig av hvem som eier grunnen. Allemannsretten danner således et viktig utgangspunkt for at norsk reiseliv har kunnet utvikle seg til det det er i dag. Samtidig begrenser allemannsretten grunneieres mulighet til å fastsette betalingsordninger for ferdsel. Derimot kan det kreves brukerbetaling for tilbud og tjenester som for eksempel parkering, toalettfasiliteter, renovasjon og tilrettelegging for camping og guiding. Tilrettelegging for reiseliv basert på natur- og utmarksressurser er viktig i mange distriktskommuner (Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19 2016-2017).

I et naturbasert reiseliv vil et økende antall turister fører til mer slitasje på naturen, spesielt på noen stier i fjellet. Dersom mange mennesker går på små areal med slitasje som konsekvens, vil opplevelsen til de tilreisende etter hvert påvirkes negativt. Erosjon og den lange tiden det tar for vegetasjonen å vokse opp igjen, medvirker til at det over tid kan gi redusert kvalitet og et dårligere reiselivsprodukt. Vi ser derfor at det er viktig at aktører som påvirker eller deltar i ulike former for naturbruk, verdiskaping og endringsprosesser legger til rette- og ferdes på en bærekraftig måte. Som følge av forventet høy vekst, også i fremtiden, kan reiselivsnæringen bidra til å skape nye arbeidsplasser, men vil også møte

ulike utfordringer spesielt med tanke på natur og miljø, samt belastning for lokalmiljøer. Ifølge melding til stortinget «Opplev Norge – unikt og eventyrlig» er det opp til reiselivsnæringen selv å håndtere muligheter og utfordringer, men regjeringen har en nasjonal politikk som skal sikre grunnlaget for næringens utvikling på lengre sikt (Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19 2016-2017).

De senere år har det stadig vært flere nyhetsartikler som viser til at ulike steder mottar for mange turister, og at turistene «tar seg til rette» på private eiendommer. Langs Lovatnet i Stryn kommune, kommer det mange turister hvert år, som setter opp telt langs vatnet. Manglende infrastruktur som toalett bidrar til at turistene benytter skogen, marken og stranden som toalett i stedet. Allemannsretten er norsk kulturarv, men det er opp til lokalsamfunnene å rydde opp etter turistene (Reksnes 2018). Et annet eksempel er Romsdalseggen som i løpet av kort tid har blitt så populær at slitasje, dopapir og kø har blitt den største utfordringen (Utemagasinet 2019). I Geiranger ønsker deler av befolkningen ikke å bo gjennom hele året, på grunn av forurensing, kø og trengsel fra turister (Regjeringen 2020). Når det gjelder cruiseturismen er det heller ikke en hemmelighet at denne næringen møter utfordringer med tanke på klimautslipp (Dybedal and Jacobsen 2019).

DNT startet med å tilrettelegge for fotturister i fjellet på 1800-tallet. I dagens samfunn blir det i forbindelse med utviklingen av reiselivet gjort inngrep i naturen for å tilrettelegge for- og lokke turister til ulike destinasjoner. Da jeg startet min studie, ble det bygget en gondol i Rauma. Denne kom i drift fredag 28.mai.2021. Byggingen av gondolen er et av flere tiltak reiselivsnæringen har iverksatt med utgangspunkt i et ønske om at næringen skal tjene mer penger på turistene som besøker kommunen. Gondolen ble planlagt i strategiutvikling, hvor reiselivet vil legge til rette for at turister skal ha en grunn til å reise til Rauma, og bli der lenger (Enger, Berglund, and Iversen 2013). Rauma er en destinasjon som i løpet av de siste årene har arbeidet med utviklingen av reiselivet. I dette arbeidet har de benyttet statlige hjelpemidler som Innovasjon Norges merkeordning «Merke for bærekraftig reisemål» (Visit Nordvest et al. 2020) samt søkt Miljødepartementet om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal Turiststi (Norsk Tindesenter 2018). I samme tidsperiode har de vedtatt-, bygget- og satt i drift Romsdalsgondolen, et inngrep i naturen som det sies er bygget etter bærekraftige prinsipper (Norwegian Travel Company 2021).

Sett i et bærekraftig lys, fører reiselivsutviklingen i sin helhet til utfordringer knyttet til både miljømessige og sosiale forhold. Skal vi ivareta en bærekraftig utvikling, er det viktig at vi setter søkelys på og studerer hvordan dette gjøres og begrunnes.

1.1 Problemstilling

En samfunnsvitenskapelig problemstilling impliserer spørsmål om hvordan bestemte forhold i samfunnet skal oppfattes eller forstås. Svarene skal supplere den eksisterende kunnskap og frembringe ny innsikt og forståelse (Grønmo 2017).

Norsk regjering har gjennom Meld. St. 19 «Opplev Norge – unikt og eventyrlig» gjort rede for regjeringens samlede politikk for reiselivsnæringen. Her har de også lagt frem hvordan regjeringen vil styrke grunnlaget for næringens utvikling på lengre sikt. En stor del av reiselivet i Norge er rettet mot naturen, og et naturbasert reiseliv. Naturen er dermed utgangspunkt for reiselivet sine produkter, og stadig flere vil oppleve Norge gjennom aktiviteter i naturen (Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19 2016-2017). Over tid kan økt trafikk og trengsel gi økt slitasje på omgivelsene og svekke kvaliteten på reiselivsproduktet. Det kan påvirke opplevelsen til de besøkende negativt, i tillegg til å utfordre sikkerheten til turistene. I tråd med dette har Miljødirektoratet blant annet utviklet autorisasjonsordningen «Nasjonale Turiststier», og Innovasjon Norge har utviklet merkeordningen «Merke for bærekraftig reisemål». Det er likevel de ulike lokale reiselivsaktørene som har ansvaret for utviklingen av sin næring.

Rauma er en destinasjon med mange naturressurser, og har over flere år arbeidet med å kartlegge hvordan de kan utvikle det naturbaserte reiselivet, slik at næringen bidrar til økt verdiskapning og sysselsetting. I denne prosessen har de arbeidet sammen med Innovasjon Norge om å gå godkjent fase 1 i merke for bærekraftig reisemål, søkt om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal Turiststi, samt vedtatt og bygget en gondol fra sentrum av Åndalsnes til toppen av Nesaksla. Det som skjer innen reiselivet i Rauma har skapt debatter mellom ulike aktører som hver for seg argumenterer for hva som er bærekraftig. Dette viser seg som spenning mellom vern og utnyttning av naturressurser. Jeg synes det er interessant at ulike aktører har ulike meninger om hva som er bærekraftig, sett i lys av det naturbaserte reiselivet.

Overordnet forskningsspørsmål er derfor som følger:

Hvordan forstås bærekraftig reiseliv av ulike aktører i Rauma?

Jeg vil utføre en casestudie av Rauma kommune, hvor jeg i teoretisk lys av institusjonelle logikker studerer hvordan ulike aktører innen reiselivet som organisasjonsfelt uttrykker og vektlegger sine verdier og meninger i media. Institusjonelle logikker kan benyttes som verktøy for å tolke kulturell mening, da det er sosialt konstruert av historie, kultur og etablert praksis. Denne sosiale strukturen består av verdier, antagelser og oppfattelser som individer og organisasjoner bruker for å gi mening og innhold til aktiviteter og handlinger. Dette ligger til grunn for ulike meninger om et fenomen. Ved hjelp av det teoretiske rammeverket vil jeg analysere hvilke institusjonelle logikker som råder hos de ulike aktørene lokalt, men også hos de nasjonale organ som Miljødepartementet og Innovasjon Norge. Ved hjelp av publiserte dokumenter og artikler, vil jeg analysere hvilken forståelse de ulike aktørene har for bærekraft. Dette vil bidra til økt forståelse om organisasjonsfeltet består av kompatible- eller konkurrerende institusjonelle logikker i arbeidet med utvikling av et bærekraftig reiseliv.

Som tidligere forskning har vist, kan ulike aktører ha ulik forståelse for-, og tilnærming til begrepet bærekraft. Det overordnede målet med denne studien konkretiseres ved å besvare følgende tre forskningsspørsmål:

1. Hvilke institusjonelle logikker er dominerende hos de ulike reiselivsaktørene i Rauma, når de arbeider for et bærekraftig reiseliv?
2. Er de institusjonelle logikkene kompatible- eller konkurrerende?
3. Hvordan håndteres eventuelle konflikter mellom ulike institusjonelle logikker?

1.2 Problemstillingens formål

Problemstillingens formål kan sies å være både av samfunnsmessig- og teoretisk art. I et samfunnsperspektiv er utviklingen av reiselivsnæringen interessant, da de fleste destinasjoner i Norge, i større eller mindre grad, er berørt av økt turisme. Med tanke på at flere og flere besøker nye steder, både nasjonalt og internasjonalt, vil det i økende grad være behov for styring og utvikling av reiselivet. Reiselivet kan bidra til økt verdiskapning og sysselsetting i norske distrikts destinasjoner, men det må samtidig ivareta tålegrensen til både miljø og lokalsamfunn. Man kan se på bærekraftig utvikling av naturbasert reiseliv

som bruk av naturressurser for å støtte økonomisk aktivitet, uten at det går på bekostning av miljøets bæreevne. Miljøets bæreevne er naturens evne til å reprodusere de økonomiske mulighetene og aktivitetene reiselivet baserer seg på. Her inkluderes både klima og naturmangfold.

I artikkelen «Uenighet om bærekraftig turisme» viser Lindberg (2020) til tidligere forskning som sier at det er bedrifter og destinasjonsselskaper som dominerer turismens utvikling, og at ulike interessenter som beboere og politikere i stor grad aksepterer dette. I utvikling av reiselivet i ulike destinasjoner er man likevel avhengig av politiserte prosesser hvor ulike institusjoner og aktører diskuterer den lokale økonomiske aktiviteten. Bedrifter og destinasjonsselskaper må derfor involvere interessenter som lokalbefolkning, friluftsansjoner og offentlige etater for å legitimere beslutninger som fremmer utviklingen (Lindberg 2020). De ulike interessentene representerer sine egne institusjonelle logikker, og denne studien vil bidra til økt forståelse for hvilke dimensjoner og logikker som vinner frem i diskusjonen om reiselivets utvikling i en destinasjon. Rettledning og involvering fra nasjonale organ, har gitt en forventning om at utviklingen skal være bærekraftig. Temaer som natur og miljø-, samspill mellom reiseliv og lokalsamfunn og den økonomiske verdiskaping er sentral i forståelsen av et bærekraftig reiseliv. Jeg ser det derfor som en samfunnsmessig viktig forskningsoppgave å se på hvordan de ulike aktørene forstår bærekraftig utvikling, og hvordan samspillet mellom de bærekraftige dimensjonene kan være avgjørende for hvilken retning utviklingen av destinasjonen som reisemål tar.

Denne studien vil bidra inn i bærekrafts debatten, ved å belyse teorier som adresserer bærekraftig reiseliv. Som jeg vil komme inn på i oppgavens teoridel, skaper institusjoner orden og stabilitet, da de er et sett av regler, etablert av mennesker for å strukturere samhandling på spesielle måter. For å kunne forstå hva mennesker mener om ulike fenomen, må man forstå deres regler, verdier og kultur. Kunnskap om institusjoner bidrar derfor til økt forståelse for ulike individers forståelse og handling. Dette vil ha betydning for en bærekraftig utvikling av reiselivet. Med denne studien, ønsker jeg å bidra til forståelse om hvordan institusjonelle logikker innen et organisasjonsfelt kan påvirke utviklingen av et bærekraftig reiseliv, om konkurrerende logikker kan sameksistere eller om de går på bekostning av bærekraft som helhet. Studien kan også bidra til å belyse

hvordan aktører håndterer konflikten mellom dimensjonene miljø, samfunn og økonomi i en bærekraftig utvikling.

1.3 Oppgavens struktur

I dette innledende kapitlet beskriver jeg hvorfor jeg har valgt bærekraftig reiseliv som tema for masteroppgaven, samt oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål. Kapittel 2 omhandler det teoretiske rammeverket som ligger til grunn for oppgavens analyse og drøfting. I kapittel 3 belyser jeg den metodiske tilnærmingen for gjennomføring av studien, som består av et kvalitativt forskningsdesign i form av en casestudie i Rauma.

Introduksjon til caset blir presentert i kapittel 4, før jeg i kapittel 5 presenterer analysen.

Denne omhandler aktørene i reiselivet i Rauma som har uttrykt sine meninger og forståelse for bærekraftig utvikling i media. Jeg har valgt å basere drøftingen i kapittel 6, på de tre forskningsspørsmålene om hvilke institusjonelle logikker som er dominerende hos de ulike reiselivsaktørene i Rauma, om de institusjonelle logikkene er compatible- eller konkurrerende, og hvordan eventuelle konflikter mellom ulike institusjonelle logikker håndteres. Dette diskuteres opp mot det teoretiske rammeverket for oppgaven.

Avslutningsvis konkluderer jeg med mine funn i kapittel 7.

2.0 Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet presenterer jeg det teoretiske rammeverket for analysen. For å nærme meg problemstillingen vil jeg benytte institusjonell teori, konkurrerende institusjonelle logikker og håndtering av disse. Dette vil bidra til å identifisere og sette ulike aktørers normer, verdier og holdninger i system. Oppgaven omhandler bærekraftig utvikling innen naturbasert reiseliv i en Norsk destinasjon. Bærekraftig utvikling er i global interesse, og jeg har derfor belyst FNs arbeid med bærekraftig utvikling, samt UNWTOs (The World Tourism Organization) prinsipper for bærekraft. Disse bærekrafts prinsippene refererer til *miljømessige, økonomiske og sosiokulturelle dimensjoner* ved reiselivsutviklingen. Jeg har derfor også belyst John Elkingtons teori om den tredelte bunnlinje. Avslutningsvis belyser jeg bærekraftig utvikling og konkurrerende logikker gjennom konvensjonsteori.

2.1 Institusjoner og institusjonell teori

I dagligtalen brukes betegnelsen «institusjon» om konkrete og synlige innretninger som domstoler eller sykehus. Disse betraktes som formelle institusjoner, da de er regulert gjennom lover, reguleringer og statlig eller kommunal finansiering og styring. I samfunnsvitenskapen brukes ordet som sosiale institusjoner. I vid forstand kan en institusjon defineres som et sett normer og en sosial praksis som regulerer den måten samfunnsmedlemmer løser viktige og tilbakevendende oppgaver på (Tjora 2020). Dette kan defineres som at «institusjoner er rammer, normer og oppfatninger som beskriver realiteten for en organisasjon. De forklarer hva som er, og ikke er, og hva som kan gjøres noe med og ikke. Denne oppfatningen av realiteten er kulturelt forankret og blir tatt for gitt, og på den måten rettferdiggjør handlinger, både formelle og uformelle» (Raghu, Hardy, and Maguire 2007).

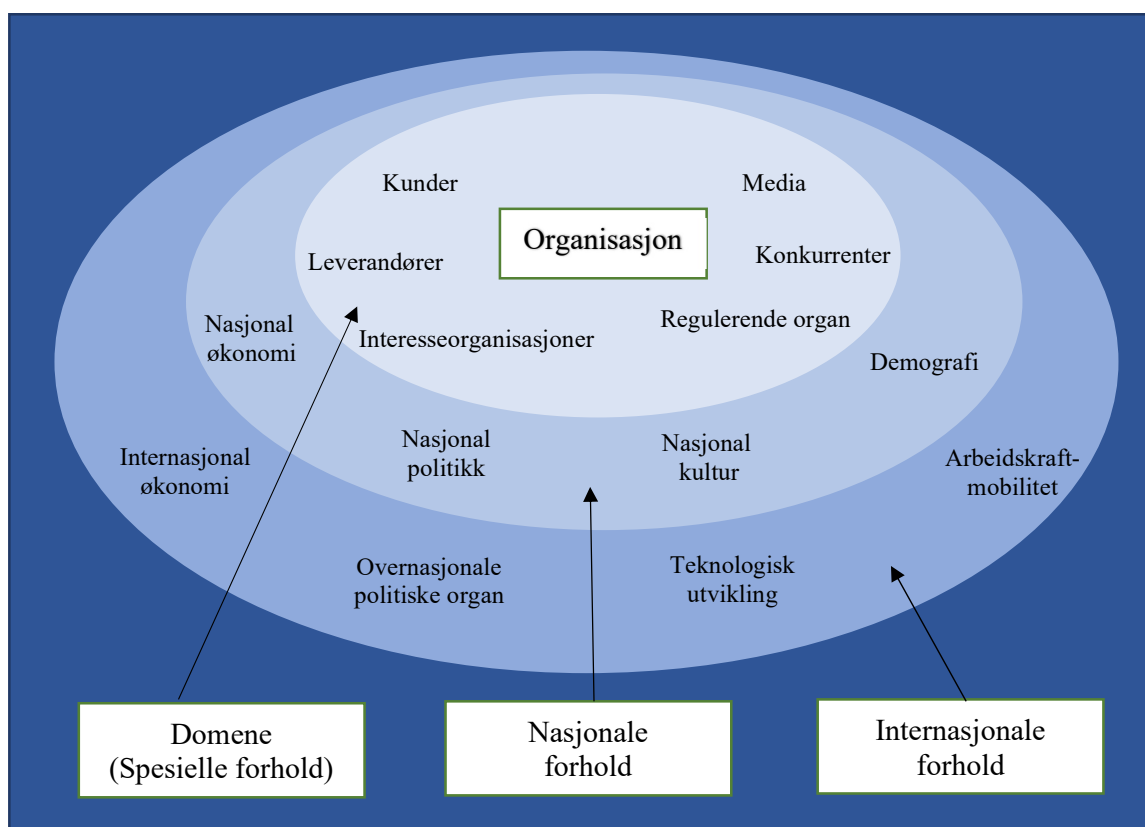
2.2 Institusjonelle omgivelser

Man kan forstå mye om organisasjoner og institusjoner ved å studere deres omgivelser. Organisasjoner formes i langt større grad av sine omgivelser, enn de selv former omgivelsene, ved at de har føringer og kontroll utenfra (Bolman and Deal 2014).

Jacobsen and Thorsvik (2019) definerer omgivelser slik:

Alle forhold utenfor en organisasjon som kan ha en potensiell effekt på effektivitet og legitimitet, er organisasjonens omgivelser (Jacobsen and Thorsvik 2019)

Dette omfatter aktører som er viktige for organisasjonen og dens medlemmer, samt grupper som er- eller kan bli potensielle samarbeidspartnere. Samtidig er det mange samfunnsmessige forhold som økonomisk- og kulturell utvikling, lokal politikk og internasjonale trender som kan påvirke organisasjonen. Omgivelsene kan således deles inn i ulike nivåer; spesielle forhold (domene), nasjonale forhold og internasjonale forhold.



Figur 1: Inndeling av omgivelser i ulike nivå, (Jacobsen and Thorsvik 2019)

I tillegg til å dele omgivelsene inn i nivåer, klassifiseres omgivelsene også etter hvordan forhold i omgivelsene påvirker organisasjoner.

2.2.1 Scotts tre søyler

Institusjonelle omgivelser viser til hva som kjennetegner kulturen i organisasjonens omgivelser. De omhandler verdier, normer og forventninger som er av betydning for hvordan organisasjonen oppfattes av omgivelsene, og påvirker organisasjonens legitimitet. Scott (2014) deler de institusjonelle omgivelsene inn i tre elementer som organisasjonen må tilpasse seg for å kunne oppfattes som legitim. Disse kaller han den regulative, den normative og den kognitive søylen.

Den regulative søylen: viser til nasjonale og internasjonale reguleringsiltak som organisasjoner må tilpasse seg for å unngå sanksjoner. Dette inkluderer lover og bestemte praksiser som definerer hva man ikke kan gjøre, og hvordan ulike oppgaver skal utføres. Dersom en organisasjon ikke tar hensyn til disse bestemmelsene, vil omdømme svekkes, og organisasjonen kan straffes. Den regulative søylen symboliserer hvordan formelle sanksjoner i samfunnet vil påvirke atferd (Scott 2014).

Den normative søylen viser til verdier og normer, samt roller av sosiologisk opprinnelse knyttet til rett, rettferdighet, etikk og moral. Verdiene er standarden som atferd måles opp mot, mens normene viser hvordan man oppnår atferden. Verdiene og forventningene som eksisterer i aktørens omgivelser, må etterleves for å oppnå moralsk aksept (Scott 2014). Dette vil regulere hva som er oppfattet å være riktig atferd i gitte situasjoner.

Den kognitive søylen omhandler hvordan ulike grupper innen samme miljø utvikler felles meninger om hvordan det er best å utføre handlinger. Dette er et symbol på hvordan aktørenes atferd påvirkes av deres referanserammer, kunnskap om- og tolkning av verden. Den kognitive søylen skiller seg fra den normative søylen, ved at man fokuserer på sosiale grupper hvor individene har bestemte oppfatninger om hva som skal gjøres, og det blir tatt for gitt at det er den beste og mest hensiktsmessige måten å gjøre noe på. Organisasjonen blir dermed indirekte regulert av omgivelsene (Scott 2014). Organisasjoner som ikke passer til forventningene vil kunne få et legitimitetsproblem i relasjon til omgivelsene, da avvik fra forventninger skaper usikkerhet. Legitimitet handler ikke om hvordan en organisasjon faktisk fungerer, men hvordan omgivelsenes sentrale aktører oppfatter den.

Organisasjoner er under et kontinuerlig press fra omgivelsene for å imøtekomme forventninger til adferd, normer og verdier som har relevans for kjerneoppgavene. Organisasjoner vil derfor etterstrebe og strukturere styring og kontroll som er i tråd med dette. Dersom de ikke klarer det, risikerer de å bli kritisert og ansett som irrasjonell, uaktsom og likegyldig på omgivelsene (Jacobsen and Thorsvik 2019)

2.3 Organisasjonsfelt

DiMaggio and Powell (2016) omtaler organisasjonsfelt som et sett av organisasjoner som utgjør et anerkjent område av institusjonelt liv. Dette er viktige leverandører, ressurs- og produktkonsumenter, reguleringsorganer og andre organisasjoner som produserer lignende typer tjenester, service eller som tilhører samme bransje eller sektor (Bolman and Deal 2014) (Bolman and Deal 2014). Organisasjoner som befinner seg innen samme type institusjonelle omgivelser, vil stadig bli mer like hverandre, og kan beskrives som at de er innen samme organisatoriske felt. Her eksisterer visse rasjonalitetsstandarder, som er antagelser av hva som er rasjonelt og fornuftig. Gjennom homogenisering henter organisasjonene praksis og kultur fra hverandre som videreføres. Grad av kontakt og relasjonen mellom organisasjoner måles gjennom omfanget av transaksjoner, kontrakter, nettverkssamarbeid samt faglige og uformelle forbindelser. Kontakt og relasjon måles videre gjennom grad av likheter i struktur eller omfang av tilsvarende tilknytning eller posisjon i nettverkene. Her kan man også ta utgangspunkt i organisasjoner som er strukturelt like funksjonelt (DiMaggio and Powell 2016).

Til tross for ulike kontekster og logikker oppstår isomorfi mellom organisasjoner innenfor samme organisasjonsfelt, og denne tilpasningen til institusjonell standard vil over tid etablere vedvarende strukturer i omgivelsene. Slike strukturer kan oppstå på tvers av bransjenorm og formelle strukturer (DiMaggio and Powell 2016). Organisasjonsfelt er et sentralt og analytisk begrep innenfor teorien, og anses som en separat analyseenhet for å kunne studere institusjonelle fenomener. Man kan oppsummere begrepet organisasjonsfelt, som omfanget av aktuelle og relevante aktører, og ikke bare rivaliserende og øvrige organisasjoner i feltet. Gjennom prosessene med stabilisering og formlighet, gir begrepet oss muligheten til å analysere på hvilken måte kontekstuelle forhold påvirker en organisasjon (DiMaggio and Powell 2016).

2.4 Institusjonelle logikker

Begrepet institusjonell logikk ble introdusert av Alford og Friedland i 1985, og skulle beskrive praksis og tro i moderne institusjoner i vestlige samfunn. I 1991 videreutviklet de konseptet i sammenheng med å utforske forhold mellom individer, organisasjon og samfunn, ved å se på institusjoner som vaner og aktiviteter forankret i materielle praksiser og verdier som påvirkes av-, og påvirker sine omgivelser (Thornton and Ocasio 2008).

Logikk er således en viktig teoretisk konstruksjon som hjelper med å forklare sammenhengen som skaper en følelse av felles mål og enhet innenfor et organisasjonsfelt. Ifølge artikkelen Institutional Logics av Thornton and Ocasio (2008), er Friedland og Alford de første teoretikerne som definerer et skille mellom institusjonelle logikker og den sosiale kontekst denne logikken understøtter. Kapitalisme og demokrati er eksempelvis ikke egne logikker, men sosiale kontekster som gir utgangspunkt for underliggende praksiser. De viktigste sosiale kontekstene i vestlige samfunn var ifølge Friedland og Alford *kapitalisme, familie, den byråkratiske staten, demokrati og kristendom*. Thornton and Ocasio (2008) utvidet teorien til det som i dag er det mest omfattende teoretiske rammeverket rundt institusjonell logikk. Rammeverket omfatter syv sosiale kontekster; *Marked, bedrift, yrke, stat, familie, religion og samfunn*. Disse kategoriene er ment brukt som «idealtyper» og representerer derfor ikke nødvendigvis en sosial virkelighet.

Hensikten er å kunne bruke dem som verktøy for å tolke kulturell mening (Reay and Hinings 2009). De ulike kontekstene inneholder og legitimerer forskjellige institusjonelle logikker. Sammenligner man eksempelvis konteksten i en familie vil denne representere et annet innhold enn konteksten i en stat. Ut fra dette kan man hevde at institusjonell logikk er sosialt konstruert av historie, kultur og etablert praksis. Denne sosiale strukturen består av verdier, antagelser og oppfattelser som individer og organisasjoner bruker for å gi mening og innhold til aktiviteter og handlinger (Thornton, Ocasio, and Lounsbury 2012).

Thornton og Ocasio definerte i 1999 institusjonelle logikker som:

The socially constructed, historical patterns of material practices, assumptions, values, beliefs, and rules by which individuals produce and reproduce their material subsistence, organize time and space, and provide meaning to their social reality (Thornton and Ocasio 2008, 101).

Thornton and Ocasio (2008) belyser også at det finnes en rekke ulike definisjoner av institusjonell logikk, men alle forutsetter en kjernet teori. Denne går ut på at for å forstå individuell og organisatorisk atferd, må de være lokalisert i en sosial og institusjonell sammenheng. Denne institusjonelle konteksten regulerer atferd og gir mulighet for handlefrihet og endring.

2.4.1 Konvensjonsteori

En annen teori som omhandler hvordan aktører koordinerer sine handlinger slik at de fungerer i et sosialt miljø, uten å måtte forhandle i enhver situasjon, er konvensjonsteori. En forutsetning er at handling krever legitimering, en form for rettferdiggjøring eller begrunnelse. I en gitt situasjon er det knyttet forventninger til handling, noe som vil si at en handling ikke er vilkårlig. Konvensjonsteorien bidrar således med en strukturell orden for å kunne tolke en situasjon eller praksis i en gitt kontekst. Dette er en stilltiende overenskomst - en form for kognitiv taus kunnskap (Haugen and Stræte 2011).

Når bestemte handlinger gjentas over tid, forsvinner behovet for en uttalt begrunnelse. Handlingen blir en rutine som ikke trenger begrunnelse eller nærmere rettferdiggjøring, da den forventes i den gitte situasjonen og konteksten. Slik sett blir begrunnelser over tid til konvensjoner. En handling rettferdiggjøres ved at den finnes verdig. Handling skjer i relasjon med andre aktører i omgivelsene, og ingen handling blir utført av en aktør alene. Denne teorien er opptatt av hvordan koordinering av handlinger skjer mellom aktører. I følge Haugen and Stræte (2011) utgjør konvensjoner en praksis som kan observeres, men begrunnelsen for en bestemt konvensjon kan ikke avdekkes uten å studere praksisen nærmere ved å spørre deltakerne og fortolke situasjoner.

Basert på at konvensjoner i utgangspunktet er begrunnet og rettferdiggjort, har Boltanski og Thévenot kommet med en teori om «orders of worth». Denne teorien forutsetter at sosiale miljøer kjennetegnes av flere verdiordener, som legitimerer hva som er riktig eller galt i en bestemt sosial kontekst (Haugen and Stræte 2011). I følge Lindberg, Fitchett, and Martin (2019) er Boltanski og Thevenot interessert i den institusjonelle logikken som ligger bak de ulike argumenter og handlinger som fører til konflikt. Basert på politisk filosofi og empiriske studier av det franske samfunnet, kom de frem til følgende verdiordener:

1. Inspirert orden: Evnen til å engasjere, inspirere og gå sine egne veier. Aktøren setter sitt personlige preg på tilværelsen, og aktører som artister og kunstnere hører til her.
2. Hjemlig orden: Oppbygging av tillit og autoritet gjennom personlige relasjoner og på grunnlag av personlige posisjoner og avhengigheter (slekt, familie, tradisjoner, arv, bedriftslojalitet, osv.) er utgangspunktet i dette regimet.
3. Borgerlig orden: Det kollektive og det suverene systemet som ivaretar fellesgodene, kollektiv interesse og velferd.
4. Anerkjennelse: Det som betyr mest her, er anerkjennelse og oppmerksomhet fra omgivelsene.
5. Marked: Kjøp, salg og nyttemaksimering.
6. Industriell orden: Planlegging, organisering, investering og gjennomføring av produksjon av varer er utgangspunktet i industriregimet (Produktivitet og effektivitet).
7. Grønn orden: Miljøvennlighet (ble lagt til senere enn de seks første).

De ulike verdiordener har sin egen logikk og verdisystem som bidrar til aktørers legitime begrunnelser i ulike situasjoner. En handling som er verdig i en verdiorden, kan vurderes helt annerledes i en annen. Det er ikke slik at den ene verdiorden er bedre eller dårligere, enn et annet. Teorien er derfor et redskap for å analysere ulike begrunnelsespraksiser på en likeverdig måte (Haugen and Stræte 2011).

Boltanski og Thevenots teori kan bidra til å studere hvilke institusjonelle verdier som inngår i utviklingen av et bærekraftig reiseliv. Med bakgrunn i de ulike aktørenes institusjonelle logikker, er det forventet at det eksisterer ulike vurderingen av hva som betyr noe og hvilke verdier som teller når man begrunner handlinger innen et bærekraftig reiseliv (Lindberg, Fitchett, and Martin 2019).

2.5 Dominerende og konkurrerende logikker

Logikker er viktige teoretiske verktøy fordi de forklarer hva som skaper fellesskapsfølelse og samhold innenfor et organisasjonsfelt. Tradisjonelt har forskere argumentert for at et felt domineres av en institusjonell logikk, hvor dens dominans fortrenger andre institusjonelle logikker. Reay and Hinings (2009) argumenterer imidlertid for at flere

konkurrerende logikker kan leve side om side på samme felt. Forskjellige aktører kan representere ulike institusjonelle logikker, som kan skape maktkamper, konflikter og uenighet mellom aktører. Dersom disse aktørene imidlertid klarer å finne nye måter å samarbeide på, kan disse konfliktene brytes, eller i det minste settes på pause, og dette skaper en mulighet for institusjonell endring på organisasjonsfeltet.

2.5.1 Styring og sameksistens av konkurrerende institusjonelle logikker

Institusjonell logikk er prinsippene som former oppførselen til aktører i et organisasjonsfelt, og refererer til hvordan aktørene handler ut fra sine normer, verdier og kulturelle syn. Aktører som opererer innen samme næring, bransje eller sektor kan ha tilsynelatende felles mål og forståelse av hva som er riktig og galt. Dette gir en kobling mellom institusjoner og handling, som er et viktig konsept for forståelse av organisasjonsfelt (Reay and Hinings 2009). Følgelig er institusjonsendring vanligvis forbundet med en ny logikk for feltet. Ifølge Reay and Hinings (2009) definerer de fleste forskere institusjonsendring som en bevegelse fra en dominerende logikk til en annen. Derimot påpekte Scott at det er en rivalisering når flere logikker eksisterer innenfor samme felt, og at mange organisasjonsfelt har to eller flere sterke, konkurrerende eller motstridende trossystemer (Reay and Hinings 2009).

2.5.1.1 Konkurrerende institusjonelle logikker

Artikkelen «Managing the Rivalry of Competing Institutional Logics» av Reay and Hinings (2009) viser til tidligere forskning som tilsier at det er tre ulike måter å håndtere konkurrerende logikker.

Den første omhandler at tilfeller med konkurrerende logikker er et midlertidig fenomen, som blir løst gjennom konkurranse. Dette er forankret i konsept om «arenaer for maktforhold», hvor noen aktører innehar mer fordelaktige posisjoner enn andre. Den dominerende logikken gjenspeiler de formelle og uformelle handlingsreglene, som styrer samhandling og tolkning mellom beslutningstakere. Dersom det blir introdusert en ny logikk i et felt, vil det mest sannsynlig oppstå rivalisering blant sentrale aktører. Dette skjer da ny aktør støtter en ny logikk, mens den allerede eksisterende aktøren støtter den gamle logikken. Slik vil det eksistere motstridende og konkurrerende logikker innen et felt frem til den ene eller den andre logikken vinner frem og feltet reproduseres rundt den

dominerende logikken. En alternativ løsning er at det oppstår en hybrid-logikk basert på begge de konkurrerende logikkene.

Det andre alternativet, belyser forskning på mikronivå som studerer enkeltaktørene i de ulike organisasjonsfeltene. Disse studiene viser at aktører som støtter en annen logikk enn den dominerende logikken, benytter sin kunnskap om konteksten til å utvikle endringsstrategier og inkrementell utvikling for å sikre sitt mål. Slik blir ny institusjonell logikk drevet frem og innført, ved at enkelte aktører jobber i det skjulte over lengre tid. Endringsstrategiene blir vellykket ved at de mektigste aktørene ikke vet hva som foregår før det er for sent å stoppe det.

Det tredje alternativet omhandler at det innføres en ny institusjonell logikk på feltnivå, men den gamle og motstridende logikken fortsetter å eksistere og lede atferd. Her gir enkeltaktører uttrykk for at de aksepterer den nye logikken, men fortsetter å handle i tråd med den gamle logikken. Disse tre teoriene viser at det er viktig å forstå hvordan enkeltaktører på mikronivå tolker og arbeider gjennom betydningen av konkurrerende logikker.

2.5.1.2 Samarbeidende institusjonelle logikker

I stedet for å se på institusjonell endring som resultat av konkurranse, belyser Reay and Hinings (2009) at man kan se på institusjonell endring som resultat av samarbeid. Institusjonelle felt former samarbeid gjennom utvikling av nettverk, strukturer og produksjon eller vedlikehold av institusjonelle regler. Noen samarbeid omhandler aktører med ulike interesser, hvor disse blir håndtert gjennom prosesser og aktiviteter som kan føre til endring av institusjonell logikk, samfunnsnormer eller verdier. Aktørene har også ulike logikker (selvfølelse, verdier og normer) som sier noe om hvem de er og hvordan de er ulike fra andre. Reay and Hinings (2009) henviser til studier som viser at effektive samarbeid krever at aktørene delvis går bort fra sin gamle identitet og utvikler ny identitet tilknyttet samarbeidet. De belyser også at det kan være mulig å opprettholde den sterke og separate identiteten til samarbeidspartene, og samtidig unngår konflikt. Disse ulike tilnærmingene viser til at alle samarbeid er ulike, hvor noen er basert på tillit og andre ikke. I de fleste samarbeid vil det bygges tillit mellom aktørene, men det kan være utfordrende hvis samarbeidet ikke er varig over tid, eller hvis det drives av bekymring

rundt å finne måter for å oppnå spesielle resultater. Samarbeid kan få ulike utfall basert på ulike aktørers intensjoner, ulike tilnærminger- og mål (Reay and Hinings 2009).

2.6 Bærekraftig utvikling

Begrepet *bærekraftig utvikling* er stadig viktigere i en verden hvor vi ofte hører om miljøkrise, forurensing og klimakrise. Denne oppgaven handler om utvikling av reiseliv, og det er derfor viktig å forstå hva bærekraft-, bærekraftig utvikling- og bærekraftig reiseliv egentlig er.

Begrepet bærekraftig utvikling ble satt på dagsordenen etter utgivelsen av Brundtland-kommisjonens rapport *Vår felles fremtid* i 1987. Denne rapporten tok i hovedsak for seg hvordan menneskeheten skal ha mulighet til å fortsette å dekke sine grunnleggende behov, uten at det går på bekostning av fremtidige generasjoners mulighet til å dekke sine grunnleggende behov. Rapporten vektla at de grunnleggende behovene til verdens fattigste skulle være en prioritet, da fattigdom og overbefolkning krever store mengder naturressurser for å overleve. Likheter i en global levestandard var derfor en forutsetning for at en bærekraftig utvikling skal kunne realiseres (WCED 1987). Slik jeg tolker det, er begrepet *bærekraftig utvikling* i denne rapporten todelt, da den presenterer to former for bærekraft: *økologisk bærekraft* i form av opprettholdelse av alle essensielle økosystemer, og *sosial bærekraft* i form av rettferdig fordeling av goder.

Verdenskommisjonens rapport belyste behovet for en bærekraftig utvikling, men uttalte ikke noe om miljøhensyn knyttet til reiselivsnæringen. Det var først med FNs handlingsplan for utvikling, Agenda 21, vedtatt på Rio-konferansen i 1992 at økoturisme ble nevnt som verktøy for bærekraftig utvikling. I denne forbindelse utarbeidet World Travel & Tourism Council (WTTC), FNs organisasjon World Tourism Organization (UNWTO) og miljøorganisasjonen Earth Council (EC) et forslag til system og prosedyrer som skulle få hensyn til en bærekraftig utvikling som kjerneelement i alle avgjørelser innen reiselivet (Aall 2020).

I 2005 gav FNs miljøprogram og UNWTO ut rapporten «Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers», og begrepet bærekraftig reiseliv fikk følgende definisjon:

Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities.

Rapporten hadde følgende presisering:

Sustainability principles refer to the environmental, economic and socio-cultural aspects of tourism development, and a suitable balance must be established between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability.

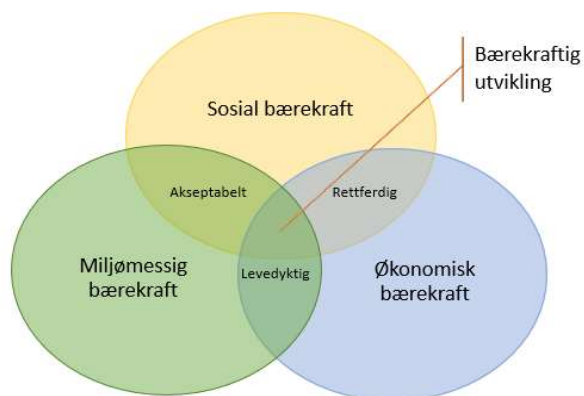
Ser man denne definisjonen i lys av institusjonell teori, kan den omfatte flere logikker. Bærekraftsprinsippene i definisjonen og presiseringen over, refererer til begrepet *den tredelte bunnlinje*, som John Elkington presenterte i boken *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. De samme dimensjonene er også utgangspunktet for FNs reiselivsorganisasjon UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) definisjon og etablerte prinsipper for bærekraftig reiseliv; *Bevaring av natur, kultur og miljø, Styrking av sosiale verdier og Økonomisk levedyktighet*. Dette vil jeg komme tilbake til.

2.7 Den tredelte bunnlinje

Den tredelte bunnlinje omhandler tre dimensjoner; *den økonomiske-, sosiale- og miljømessige dimensjonen*. Dette er tre separate dimensjoner, og hovedoppgaven i teorien er å finne en balanse mellom de tre dimensjonene.

I artikkelen *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* stiller Elkington spørsmål om de mange store bedriftene rundt om i verden, som han anser som «kannibaler», hvor det ligger i bedriftenes natur å «spise» sine konkurrenter, for å overta større markedsandeler. Elkington (1997) mener det er mulig å endre disse «kannibalene», slik at virksomhetene kan motiveres av flere incentiver enn bare den økonomiske bunnlinjen. Han retter oppmerksomheten mot å ta et større ansvar innen økonomiske-, sosiale- og miljømessige forhold, og introduserte begrepet *the triple bottom line*. Elkington mener at bedrifter må ta hensyn til alle disse tre dimensjonene for å lykkes.

Dette er tre separate dimensjoner, og hovedoppgaven i teorien er å finne en balanse mellom de tre dimensjonene. Den tredelte bunnlinje kan sees som en balansert integrasjon mellom økonomisk, miljømessig og sosial ytelse som alle påvirker hverandre, men det er i de overlappende områdene, mellom dimensjonene, man kan finne de bærekraftige løsningene. Ut fra dette tolker jeg bærekraftig utvikling i retning av *en utvikling som er rettferdig økonomisk forsvarlig, samtidig som den fører til miljømessig levedyktighet og er akseptert av de sosiale omgivelsene.*



Figur 2: Balanse mellom miljømessige-, økonomiske- og sosiale forhold gir bærekraftig utvikling (egen tolkning).

Tradisjonelt har bedrifters suksess, eller mangel på suksess, blitt synliggjort ved hjelp av målinger av økonomiske resultater. I følge Elkington (1997) brukte bedriftene alt for mye tid på den økonomiske vinningen som ofte førte til en kortsiktig suksess. Han mente videre at bedriftene ville oppnå en langsiktig og vedvarende suksess dersom de ivaretok alle de tre dimensjonene, og slik inkludere innflytelse på samfunn og miljø, basert på egen aktivitet. På denne måten blir ikke virksomhetens vinning kun rettet mot aksjonærene, men mot alle interessentene i omgivelsene.

2.7.1 Den økonomiske dimensjonen – Profitt

Den økonomiske dimensjonen tar for seg den tradisjonelle årsaken til bedrifters suksess, eller mangel på suksess, som blitt synliggjort ved hjelp av målinger av økonomiske resultater. Dette viser til resultatet av en virksomhets inntekter og utgifter gjennom sine aktiviteter. Profitt har alltid vært et grunnleggende motiv for enhver bedrift. Enkelt sagt vil kapital bety den totale verdien av eiendelene minus gjeld. Tradisjonelt sett blir kapitalen

delt inn i to deler: fysisk kapital og finansiell kapital. Inkluderer man kunnskapsøkonomien, vil konseptet utvides med menneskelig kapital som også innebærer erfaring og kunnskapsbaserte ferdigheter (Elkington 1997). Dette omhandler lønnsomheten for organisasjonen i seg selv, men organisasjonen har også en økonomisk påvirkning på samfunnet i sin helhet. Alle bedrifter har et ansvar når det kommer til en bærekraftig økonomi. De må legge til rette for en lønnsom drift, lokale arbeidsplasser, og betale skatter og avgifter til samfunnet. En bedrift må ta økonomiske hensyn for å kunne overleve i markedet. Men sett i et bærekraftig lys, er ikke dette næringslivets eneste hensyn å ta stilling til.

2.7.2 Den sosiale dimensjonen – Menneske

Den sosiale dimensjonen omhandler organisasjoners effekt på mennesket, både internt og eksternt. Det interne går blant annet på å sikre gode arbeidsbetingelser, opplæring og videreutdanning av ansatte. Det eksterne omhandler virksomhetens ringvirkninger i samfunnet, og hvordan den kan bidra til å forbedre livskvaliteten til menneskene. Bedrifter med sosial bevissthet har bedre forståelse-, og redegjør for konsekvensene av deres aktivitet. En bedrifts eksistens og aktivitet har påvirkning på trivsel, da mennesker i samfunnet rundt blir berørt av virksomheten. På lik linje har en bedrifts eksistens påvirkning på sysselsetting i form av ansettelse av lokal arbeidskraft som igjen muliggjør bosetting i mindre sentrale områder/ i distriktet. I tillegg har organisasjonen påvirkning på de som besøker destinasjonen. En bedrift bidrar positivt i lokalsamfunnet dersom den benytter lokal arbeidskraft, lokale tjenester og råvarer, jobber for et bedre samarbeid på tvers og viser samfunnsansvar. Dette vil bidra til å skape levedyktige lokalsamfunn og kunnskap innen destinasjonenes lokale tradisjoner (Elkington 1997).

Inspirasjonen til denne dimensjonen fikk Elkington av blant annet Francis Fukuyama og hans tillitsbegrep. Elkington siterer Fukuyama med:

If people who have to work together in an enterprise trust one another because they are all operating according to a common set of ethical norms, doing business costs less. Such a society will be better able to innovate organizationally, since the high degree of trust will permit a wide variety of social relationships to emerge (Elkington 1998).

Dette sitatet kan tolkes i retning av at sosial kapital blir etablert når det er tilstrekkelig tillit i et samfunn, som bidrar til at det arbeides for en felles sak, eller i en felles retning. Dette kan forstås som avgjørende for at virksomheter skal kunne utvikle seg i en mer bærekraftig retning. Organisasjoner som opererer med tilstrekkelig tillit og sosial kapital vil tilnærme seg sosial bærekraft (Elkington 1998).

2.7.3 Miljømessig dimensjon - Miljø

Den miljømessige dimensjonen av den tredelte bunnlinjen er rettet mot virksomhetens innvirkning på miljøet og planeten. Denne dimensjonen identifiserer miljørelaterte gevinster og kostnader, for å synliggjøre virksomhetens miljøbelastning, også kalt naturkapital (Elkington 1997). I et bærekraftig perspektiv vil det være verdifullt å utvikle resultatindikatorer for å kunne måle fremgangen til virksomhetene sitt miljøarbeid, og innarbeide disse i det overordnede regnskapet. En organisasjons forhold til håndtering av råvarer, materialer, energiforbruk, avfallshåndtering og transport er momenter som inngår i den miljømessige dimensjonen. Det kan være utfordrende å finne gode indikatorer som viser påvirkningen virksomhetene har på det indre og ytre miljøet. Hvordan de håndterer miljøpåvirkningen sin vil avhenge av hvilken bransje de opererer i, og dermed hvor stort press de legger på miljøet. Cruiseturismen vil naturlig oppleve større utfordringer ved å redusere miljøpåvirkningen siden de har høyere utslipp av CO₂ enn andre næringer. En mengde virksomheter er underlagt utslippskrav fra myndighetene. Man ser at det har blitt mer vanlig å publisere miljørapporter, enten som en egen rapport, eller som en del av årsrapporten. Ulike interessenter som eiere, investorer og ikke minst kunder viser stadig mer interesse for bærekraft, og det er derfor flere som i økende grad etterspør slike rapporter. Det finnes lovpålagte regler for hvordan en bedrift skal rapportere sin miljøkostnad, men ser man bort fra det lovpålagte finnes mange frivillige miljøstandarder i Norge. Eksempler på disse er Miljøfyrtårn, Norsk Økoturisme, Blått flagg og ISO 14001 (Reiseliv 2021).

2.7.4 Oppsummering og kritikk av den tredelte bunnlinje

Bakgrunnen for John Elkingtons teori om den tredelte bunnlinje, var at den tradisjonelle bunnlinjen kun beskriver de finansielle resultatene til en bedrift. En bedrift kan imidlertid ha positiv økonomisk bunnlinje og samtidig være negativ for samfunnet, eller ha negativ økonomisk bunnlinje, men ha positive ringvirkninger i samfunnet. Tanken med teorien var

således å synliggjøre at en bedrift påvirker andre forhold i samfunnet enn gjennom sitt finansielle bidrag, som sosiale forhold og miljø (Store Norske Leksikon 2020a).

Elkington publiserte i 2018 artikkelen «25 Years Ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It», hvor han belyste at suksess eller fiasko for bærekraftsmål ikke kan måles i fortjeneste eller tap, men at det må måles i forhold til verdens befolkning og planetens helse. Noen har utført dette på en vellykket måte, men til tross for disse er klimaet, vannressurser, havet, skogen, jorden og det biologiske mangfoldet stadig mer truet. Med tanke på at den tredelte bunnlinje var ment som mer enn et regnskapsverktøy, var ønsket til Elkington at det skulle føre til dypere forståelse av kapitalismens fremtid og ikke bare være et konsept som balanserer en avveiningsmentalitet. Dette er selvfølgelig viktig og kan føre til flere potensielle løsninger, men slik det fungerer i dag gir det heller virksomheter alibi for ikke å bidra der de burde. Elkington (2018) mener at den tredelte bunnlinje i stor grad har blitt brukt til ren rapportering, men at det er vanskelig å spore, forstå og administrere de systematiske effektene av menneskelig aktivitet. Videre belyser han at selv om virksomheter har større fokus på mennesker og miljø, er det likevel ikke noen som stopper sin virksomhet til tross for at profitt går på bekostning av miljø og samfunn. Ønsket var at bedrifter ikke skulle være «best i verden» men «best for verden». Elkington stiller derfor spørsmålsteget ved sin egen teori, da han har innsett at ingen av tiltakene vil være nok, hvis ikke alle stanser overskridelsene av planetens tålegrenser (Elkington 2018).

Ekström og Engeset (2011) forklarer den tredelte bunnlinjen i forhold til turisme og bærekraftighet slik:

Denne redegjør for miljømessige, sosiale og finansielle kostnader og gevinster. Alle tre ”bottom lines” må være positive for en virksomhet. Det betyr forbedringer i forvaltning av miljø og sosiale forhold for lokalmiljø i tillegg til profitt. Dette er ikke det samme som å være bærekraftig, men det er et nyttig pedagogisk prinsipp for å tydeliggjøre at bærekraftig utvikling må skje gjennom endringer i sosiale strukturer og handlinger, og at redegjørelse for påvirkning på miljø og samfunn er et verktøy for å fremme slike endringer (Ekström and Engeset 2011, 5).

2.8 UNWTOs bærekrafts prinsipp

The World Tourism Organization (UNWTO) er FN's særorganisasjon innen turisme. De arbeider for at utvikling av turisme skal være bærekraftig og forsvarlig, spesielt med fokus på utviklingslandenes behov. Organisasjonen arbeider for å implementere en global etisk standard, slik at medlemslandene, turistmål og næringslivet får nytten av de økonomiske, sosiale og kulturelle fordelene med turisme, samtidig som de minimaliserer negative sosiale og miljømessige konsekvenser.

UNWTO definerer bærekraftig turisme som:

«Turisme som tar hensyn til nåværende og fremtidige økonomiske, sosiale og miljømessige konsekvenser, samt dekker behovene til besøkende, næringen, miljøet og vertsamfunnene» (UNWTO 2005).

Bærekraftsprinsippene refererer til *miljømessige, økonomiske og sosiokulturelle dimensjoner* ved turismeutviklingen, og det må etableres en balanse mellom de tre dimensjonene for at utviklingen skal være bærekraftig på lang sikt. UNWTO (2005) skriver at dersom turismen er bærekraftig må den sørge for

1. en *optimal bruk av miljøressurser* som utgjør et sentralt element i utviklingen av turismen. Ivaretagelse av essensielle økologiske prosesser, samt hjelp til å bevare naturarv og biologisk mangfold er en forutsetning.
2. Turismen må *respekttere det sosiokulturelle i vertsamfunnet*, bevare deres kulturarv og tradisjonelle verdier, samt bidra til interkulturell forståelse og toleranse.
3. Sist, men ikke minst må turismen sikre *levedyktige og langsiktige økonomiske transaksjoner*, gi sosioøkonomiske fordeler til interessentene som er rettferdig fordelt. Dette inkluderer stabile sysselsettingsmuligheter, inntekt og sosiale tjenester for vertsamfunnet som igjen bidrar til mindre fattigdom.

Å oppnå bærekraftig turisme krever overvåking av konsekvenser, samt innføring av nødvendige forebyggende- og korrigerende tiltak ved behov. Dette er en kontinuerlig prosess. Sett fra turistenes ståsted, bør bærekraftig turisme opprettholde turisttilfredsheten ved å sikre meningsfulle opplevelser for turistene, og øke deres bevissthet om bærekraft (UNWTO 2005).

2.8.1 Agenda 2030 for bærekraftig utvikling av reiselivet

Agenda 2030 for bærekraftig utvikling ble vedtatt i 2015, og omhandler et globalt rammeverk for å få slutt på ekstrem fattigdom, bekjempe ulikheter- og urettferdigheter i verden samt å få klimaendringene under kontroll innen 2030. I denne forbindelse ble det satt opp 17 bærekraftsmål, hvor reiselivet har mulighet til å bidra direkte- eller indirekte:

1. *Ingen fattigdom*: Turisme er godt posisjonert for å fremme økonomisk vekst og utvikling, da det er den raskest voksende næringen i verden. Bærekraftig turismeutvikling kan knyttes til nasjonale mål for å redusere fattigdom.
2. *Null sult*: Turisme kan bidra til bærekraftig jordbruk ved å fremme produksjon og forsyninger til hoteller, samt salg av lokale produkter til turister.
3. *God helse og velvære*: Skatteinntekter fra turismen kan reinvesteres i helsevern, og slik bidra til bedre helse for voksne og barn.
4. *Utdanning*: Turismen er avhengig av dyktige arbeidere for at den skal kunne utvikles. Næringen gir muligheter for direkte og indirekte jobber.
5. *Likestilling*: Turismen kan gjennom arbeid og inntektsgenerering styrke kvinners posisjon i arbeidslivet.
6. *Rent vann og sanitærforhold*: krav om investering for turisme kan spille en stor rolle for å oppnå tilgang på vann, hygiene og sanitærforhold for alle.
7. *Rimelig og ren energi*: Ved å fremme investeringer i rene energikilder, kan turisme bidra til reduksjon av klimagassutslipp, og dermed dempe klimaendringene.
8. *Anstendig arbeid og økonomisk vekst*: Turisme er en stor drivkraft i global økonomisk vekst. Ved å benytte lokal arbeidskraft kan næringen gi arbeidsmuligheter for både ungdom, kvinner og menn, som da genererer kompetanse og faglig utvikling. Ifølge mål 8.9, skal sektoren utforme og implementere politikk for å fremme bærekraftig turisme som skaper arbeidsplasser og fremmer lokal kultur og produkter, innen 2030.
9. *Industri, innovasjon og infrastruktur*: Turismen er avhengig av god offentlig og privat infrastruktur, samt et innovativt miljø. Dersom næringen påvirker til at nasjonale myndigheter oppgraderer infrastrukturen, vil totalen kunne bli mer bærekraftige, ressurseffektive og rene, ved at det også skaper ringvirkninger i form av økonomisk vekst og utvikling for andre næringer.
10. *Redusere ulikheter*: Turisme kan være et verktøy for samfunnsutvikling og redusere ulikheter dersom den benytter lokal befolkningen og andre viktige

interessenter i utviklingen. Turisme kan bidra til fornyelse i byene, og utvikling i mer rurale strøk, og slik bidra til å redusere regional ulikhet og gi lokalbefolkning mulighet til å bli boende på sitt opprinnelsessted. Samtidig kan turismen bidra slik at utviklingsland har mulighet til å delta i den globale økonomien.

11. *Bærekraftige byer og fellesskap*: Turisme kan fremme urban infrastruktur og tilgjengelighet, fremme fornyelse og bevare kultur- og naturarv som de er avhengig av for å eksistere. Dersom det investeres i grønn infrastruktur, bidrar man til mer effektiv transport og mindre luftforurensing.
12. *Ansvarlig forbruk og produksjon*: En turistsektor som vedtar bærekraftig forbruk og produksjon, utvikler og implementerer verktøy for å overvåke bærekraftige utviklingseffekter for turismen som igjen skaper arbeidsplasser, fremmer lokal kultur, natur og produkter.
13. *Klimahåndtering*: Turisme bidrar til- og påvirkes av klimaendringene. Ved å senke energiforbruket og gå over til fornybare energikilder innen transport og overnatting, kan turismen bidra til å redusere en av vår tids største utfordringer.
14. *Livet under vann*: Kyst- og maritim turisme er avhengig av sunne marine økosystemer. Turismen er derfor avhengig av en bærekraftig forvaltning av fiskeri, havbruk og turisme.
15. *Livet på land*: Flotte landskap, uberørte skoger, rikt biologisk mangfold og naturarv er ofte hovedårsakene til at turister besøker et reisemål. Turismen bør gjøre en innsats for å redusere avfall og forbruk, samt bevare opprinnelig flora og fauna.
16. *Fred, rettferdighet og sterke institusjoner*: Turismen skaper møtepunkt for mennesker med ulik kulturell bakgrunn, og sektoren kan dermed fremme flerkulturell toleranse og forståelse, som igjen legger grunnlag for fredeligere samfunn. Turisme som engasjerer lokalsamfunnet, kan også skape samhold.
17. *Partnerskap for målene*: Turisme inkluderer mange sektorer, og kan dermed styrke privat/offentlig partnerskap, samt engasjere flere interessenter både internasjonalt, nasjonalt, regionalt og lokalt til å oppnå felles bærekrafts mål. Offentlig politikk er kjernen for å oppnå målene i Agenda 2030(UNWTO 2015).



Figur 3: De 17 bærekraftsmålene (UNWTO 2015)

UNWTO mener at å investere i mennesker, styrke infrastrukturutvikling, utforme bedre politikk, stimulere til entreprenørskap, fremme innovasjon og digitalisering samt å ha en bærekraftig bruk av biologisk mangfold og kultur, er kjernen i utviklingen av reiselivet. Det gir potensialet for turismens vekst, mens det reduserer migrasjon og bevarer reisemålenes naturlige og kulturelle egenskaper (UNWTO 2015).

2.9 Norges arbeid mot et bærekraftig reiseliv

I Melding til Stortinget nr 19. *Opplev Norge – Unikt og eventyrlig* blir bærekraftig reiseliv beskrevet slik:

Bærekraft er et grunnleggende utviklingsperspektiv i utviklingen av reiselivsprodukter. Bærekraftbegrepet er knyttet til at reiselivet må ivareta bevaring av naturarv, kultur og miljø samtidig som det skal bidra til å styrke lokalsamfunn og skape grunnlag for langsiktig konkurransedyktighet og levedyktighet både for bedrifter og destinasjoner (Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19 2016-2017)

I meldingen uttrykker regjeringen at reiselivsnæringen har interesse av å ta del i en utvikling som fremmer miljømessige, sosiale og økonomiske verdier.

Regjeringen uttaler at sosiale verdier i en bærekraftig utvikling kan gi lokalsamfunnene eierskap til utviklingen av reiselivet på sitt sted. Videre skrives det at for å nå nasjonale og

internasjonale miljømål må bærekraft og miljøhensyn være et premiss for norsk reiselivsnæring. Bedrifter og destinasjoner som investerer i miljømerking, gjør en innsats for miljøet, men bidrar også til å sikre egen fremtid.

Regjeringen vil fremme styring av ferdsel i naturen gjennom informasjon, merking og enkel infrastruktur for å forhindre at økt trafikk og trengsel gir slitasje på omgivelsene og svekker kvaliteten på reiselivsproduktet. Som en del av dette vil regjeringen samle og markedsføre noen tilrettelagte turstier som Nasjonale turiststier med mål om å gjøre stiene attraktive for besøk og næringsvirksomhet, ved at bruken av stiene gjøres bærekraftig og mer tilgjengelig (Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19 2016-2017).

I regjeringens politikk for reiselivsnæringen er høyere verdiskapning og økt lønnsomhet sentrale mål. For å nå dette vil de rette innsatsene mot fem områder: *Gode generelle rammebetingelser, bærekraftig reiseliv, styrket samordning, profilering av Norge som reisemål og kunnskap og kompetanse i reiselivet.*

2.9.1 Innovasjon Norges merkeordning om Bærekraftig reisemål

Innovasjon Norge er den sentrale virkemiddelaktøren for Norges reiselivsnæring. De skal legge til rette for innovasjon, verdiskapning og konkurransefordeler i reiselivsnæringen og det norske næringsliv forøvrig (Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19 2016-2017). Norsk Regjering har gitt Innovasjon Norge oppdrag om å bidra til å styrke markedsmulighetene til norske reiselivsaktører, slik at de har mulighet til å nå frem i et internasjonalt og konkurranseutsatt marked. Regjeringen bidrar med midler til markedsføring for å profilere Norge som reisemål og støtte reiselivsaktørenes utvikling av produkter og tjenester (Regjeringen 2019).

Merket for bærekraftig reisemål er et verktøy for å systematisere arbeidet med bærekraft for et reisemål. Ifølge Innovasjon Norge (2020a) omhandler et bærekraftig reiseliv balansen mellom natur, miljø og klimapåvirkning, samspill mellom reiseliv og lokalsamfunn, samt næringsens lokale og økonomiske verdiskapning. Destinasjoner som ønsker å være med i merkeordningen må over tid prioritere å jobbe kontinuerlig mot denne balansen. Prosessen består av å planlegge, iverksette og måle innsatsen for økt bærekraft i

reiselivet. Ressursene reiselivet forbruker er unike og er bare delvis fornybare. Ambisjonen må være å minimere de negative konsekvensene av reiselivet, - og løfte de positive. Merkeordningen skal blant annet bidra til å oppfylle et av delmålene i UNWTOs bærekraftsmål, som innebærer «å utvikle og innføre metoder for å overvåke konsekvensene av en bærekraftig utvikling på en turistnæring som er bærekraftig, skaper arbeidsplasser og fremmer lokal kultur og lokale produkt». På denne måten støtter merkeordningen FNs bærekraftsmål, og var den første av sitt slag som ble godkjent av Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Dette betyr at kriteriene dekker internasjonale krav til sertifisering av destinasjoner (Innovasjon Norge 2020b).

Selve prosessen i forbindelse med merkeordningen er det de regionale reisemåls- eller destinasjonsselskapene som er eier av- og driver. De benytter seg av en utarbeidet standard og en arbeidsprosess med tilhørende hjelpemidler (Innovasjon Norge 2020a). Prosessene for å oppnå merket hjelper reisemålet til å sette aktuelle tema på dagsorden og å planlegge, måle og styre utviklingen. Reisemålet jobber med planlegging og prioritering i om lag to år før det vurderes om de oppnår første godkjenning. Blir det godkjent, starter arbeidet med kontinuerlig forbedringer. Nye målinger og vurderinger skjer hvert tredje år.

Innovasjon Norges «Standard for Bærekraftig reisemål» tar utgangspunkt i 10 prinsipper for bærekraftig reiseliv, og er et kvalitetssystem som skal hjelpe destinasjonene å måle og dokumentere sitt arbeid:

Bevering av natur, kultur og miljø	Styrking av sosiale verdier	Økonomisk levedyktighet
<ul style="list-style-type: none"> • Kulturell rikdom: Å respektere, videreutvikle og fremme lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg. • Landskapets fysiske og visuelle integritet: Å bevare og videreutvikle landskapskvalitet, både for by og bygd, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes. • Biologisk mangfold: Å støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og habitater, og minimere ødelegelser av disse. • Rent miljø og ressurseffektivitet: Å minimere reiselivsbedrifters og turistets forurensning av luft, vann og land (inkludert støy), samt og minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokal livskvalitet og sosiale verdier: Å bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkludert sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå enhver form for sosial degradering og utnytting. • Lokal kontroll og engasjement: Å engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter med hensyn til planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv. • Jobbkvalitet for reiselivsansatte: Å styrke kvaliteten på reiselivsjobber (direkte og indirekte), inkludert lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer. • Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet: Å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer 	<ul style="list-style-type: none"> • Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping: Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv, gjennom å maksimere reiselivets verdiskaping i lokalsamfunnet, inkludert hva turistene legger igjen av verdier lokalt. • Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter: Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.

Figur 4: Innovasjon Norges 10 prinsipper for å sikre et bærekraftig reiseliv, egen figur basert på informasjon fra Innovasjon Norge (Innovasjon Norge 2020a)

2.9.2 Nasjonal turiststi - Miljødepartementet

Naturen utgjør en stor del av det norske reiselivsproduktet. Flere besøkende ønsker nå å ferdes i- og bruke naturen til ulike aktiviteter. Mange steder merker derfor en økende utfordring med overturisme. Regjeringen vil fremme styring av ferdsel i naturen for å forebygge og unngå en negativ utvikling, hvor reiselivsproduktets kvalitet svekkes. Et relativt nyutviklet konsept som skal ivareta de tilrettelagte turistiene er «Nasjonale turiststier». Miljødirektoratet beskriver Nasjonale turiststier slik:

Nasjonale turiststier er definerte områder med svært stor attraksjonskraft og opplevelsesverdi. Det er et utvalg av stier og turmål som gjennom langsiktig og helhetlig planlegging tåler meget høyt besøk uten at natur-, kultur- og opplevelseskvalitetene forringes og hvor det store besøket også skal bidra til lokal verdiskaping. Turiststiene skal være gode eksempler i et bærekraftig norsk reiseliv, og bidra til økt lokal verdiskaping. Autorisasjonsordningen skal også bidra til å forlenge sesongen for stiene. Stiene skal benytte felles merkevare (Miljødirektoratet 2019).

Ordningen med Nasjonale turiststier skal blant annet bidra til å løse utfordringer knyttet til slitasje på stier, søppelhåndtering og manglende toalettfasiliteter. Den økte turismen på turiststier har ført til flere ulykker og redningsaksjoner mange steder i Norge. Ordningen kan bidra til økt beredskap og skilting med informasjon i form av turens vanskelighetsgrad, samt hvor man kan ferdes trygt. Nasjonale turiststier skal med andre ord ikke legge til rette for mer utbygging og tiltak enn nødvendig, og ingen tiltak skal være i strid med allemannsretten, men sikre verdiskaping med fokus på stier og hensyn til natur og kultur. Ordningen med Nasjonale turiststier skal ta vare på allemannsretten og nasjonal friluftstradisjon, samt bidra til at alle får en god opplevelse i naturen selv om det er stor turisttrafikk (Regjeringen 2017).

Sentralt i arbeidet med Nasjonale turiststier er en helhetlig og langsiktig planlegging av besøksforvaltning som legger til rette for og styrer bruken av et område på best mulig måte. Slik kan man optimalisere opplevelsen for besøkende, lokal verdiskaping og ivaretagelse av naturverdiene. Dette krever at man har god kunnskap om hvor det er

sårbare naturverdier, informasjon om de besøkende og om reiselivets nåværende eller forventede framtidige bruk av det aktuelle området (Miljødirektoratet 2019).

Nasjonale turiststier er en del av en tilskuddsordning. Tilskuddsordningen gir tilskudd til stier som er autorisert som Nasjonale turiststier. Dersom det er ledige midler i ordningen etter ordinær tildeling, kan det gis tilskudd til andre stier som har utfordringer knyttet til slitasje, forsøpling eller sikkerhet samt redningsaksjoner som følge av mange besøkende, hvor internasjonale turister utgjør en stor andel (Lovdata 2019)

2.10 Fra teori til empiri

Å gå fra teori til empiri, vi si at jeg vil oppsummere de viktigste teoretiske begrepene og hvordan de ulike faktorene henger sammen. Formålet er å skape en sammenheng og en rød tråd gjennom teorien, som danner grunnlag for forståelsen av empirien som blir presentert senere i denne studien.

I dette kapitlet har jeg tatt for meg en rekke teoretiske rammeverk som skal hjelpe meg å analysere og drøfte hvordan ulike aktører forstår begrepet bærekraft ved utvikling av reiselivet.

Innledningsvis i analysen vil jeg benytte teori om Scotts regulative- og normative søyle for å forstå hva de internasjonale og nasjonale regulatoriske organ legger i bærekraftig utvikling av reiselivet. Reiselivet er verdensomspennende og har påvirkning på både økonomi, miljø og samfunn. For å forstå totaliteten og kompleksiteten av dette, har jeg beskrevet hva bærekraftig utvikling er, UNWTOs bærekraftsprinsipp og gått inn på Agenda 2030 for bærekraftig utvikling av reiselivet. Dette, sammen med Den Norske Regjeringens politikk for reiselivet vil sees i lys av den regulative søylen, da de sette reguleringstiltakene som organisasjonene må tilpasse seg. Dette bidrar til å forstå hvordan aktørene i caset forholder seg til de krav som settes, og hvilke konsekvenser det har å ikke følge de regulatoriske kravene. Jeg vil benytte den normative søylen til å drøfte Rauma kommune sin visjon, og dens betydning for utviklingen av reiselivet, og som grunnlag for forventninger. Den kognitive søylen omhandler hvordan ulike grupper innen samme miljø utvikler felles meninger om hvordan det er best å utføre handlinger. Da dette er et symbol på hvordan aktørens atferd påvirkes av deres referanserammer, kunnskap om- og tolkning

av verden vil jeg i denne delen av analysen sitere hva ulike aktører i Rauma har uttalt i lokale media om bærekraftig reiseliv. Den kognitive søylen skiller seg fra den normative søylen, ved at man fokuserer på sosiale grupper hvor individene har bestemte oppfatninger om hva som skal gjøres, og det blir tatt for gitt at det er den beste og mest hensiktsmessige måten å gjøre noe på, noe som vil gjenspeile deres forståelse av bærekraft.

Jeg vil benytte teori om institusjonelle logikker når jeg skal drøfte det underordnede forskningsspørsmålet om hvilke institusjonelle logikker som er dominerende hos de ulike reiseivsaktørene. Ved hjelp av denne teorien vil jeg drøfte ulike aktører innen reiselivet i Rauma sine utsagn, for å si noe om deres dominerende logikker. Teori om den tredelte bunnlinje bidrar til å forstå de ulike institusjonelle logikkene som råder i samfunnet. Basert på funnene i forskningsspørsmålet om dominerende logikker, vil jeg diskutere om disse er compatible eller konkurrerende. Avslutningsvis vil jeg benytte teori om styring og sameksistens av konkurrerende logikker for å kunne si noe om hvordan eventuelle konflikter mellom institusjonelle logikker håndteres i denne casen.

Ulike aktørers institusjonelle logikker kan skape store gap i aktørenes forståelse av bærekraftig reiseliv. Dette skaper utfordringer for at prinsipper og politikk innen reiselivsutvikling faktisk kan ivareta en bærekraftig utvikling, slik den var tenkt. Ved å benytte institusjonell teori og teori om konkurrerende institusjonelle logikker skapes utgangspunkt for å kunne kritisk undersøke hva som skjer innen bærekraftig turisme i Norge, ved å studere Rauma som ett av mange mulige studiecaser.

3.0 Metode

3.1 Valg av metode

Kvalitative forskningsmetoder vektlegger innsikt og forståelse, mens kvantitative forskningsmetoder søker oversikt og forklaring. I kvalitative forskningsmetoder presenteres data i form av tekst og er eksplorerende og empiridrevet, altså en induktiv fremgangsmåte. Forsker forholder seg til «et fortolkende paradigme, ofte med fokus på informantenes opplevelse og meningsdanning, og hva slags konsekvenser meninger har» (Tjora 2018). For å forstå hvilke institusjonell logikk de ulike aktørene har, og hvordan disse samhandler eller konkurrerer med hverandre, har jeg valgt kvalitativ metode i min studie. Da kan jeg bedre forstå de ulike aktørenes institusjonelle logikker basert på holdninger, handlinger og kognitive prosesser. I min studie ønsker jeg å se på et fåtall aktører (analyseenheter) for å oppnå en helhetlig forståelse av spesifikke forhold, og avgrenser derfor empirien innenfor en gitt casestudie.

3.2 Valg av forskningsdesign

Datainnsamlingen i min studie er basert på dokumentanalyse i form av offentlige dokumenter som stortingsmeldinger, politiske dokumenter og avisartikler. Dette er et kvalitativt forskningsdesign hvor jeg i hovedsak analyserer dokumenter som er produsert for andre formål enn forskning. I prosessen hvor jeg skal samle inn data, har vi vært berørt av Covid-19, og ulike begrensninger i forbindelse med dette. Da jeg må forflytte meg gjennom kommune- og fylkesgrenser for å intervju aktører, har jeg gjennom en samlet vurdering, sett det hensiktsmessig å basere min studie på allerede publiserte dokumenter fremfor å inntre i Raumas sosiale liv for å utføre intervjuer. Dokumentstudier er en ikke-påtrengende metode, hvor det produseres empiriske data, uten at ikke-forskende deltagere er involvert (Tjora 2018).

Som nevnt tidligere blir et organisasjonsfelt definert som er sett av organisasjoner som *utgjør et anerkjent område av institusjonelt liv – viktige leverandører, ressurs- og produktkonsumenter, reguleringsorganer og andre organisasjoner som produserer lignende typer tjenester, service eller som tilhører samme bransje eller sektor*. Innen et organisasjonsfelt eksisterer visse antagelser av hva som er rasjonelt og fornuftig. Jeg har valgt å studere reiselivet i Rauma, ved å se på reiseliv som et organisasjonsfelt bestående

av regulatoriske organ, leverandører og ressurs eller produktforbrukere. Det regulatoriske består av det offentlige som setter rammer for utvikling, og er i min studie UNWTO, Den Norske Regjering, Miljødepartementet og Innovasjon Norge. I tillegg inkluderer jeg Rauma kommune, da det er de som regulerer områdene som kan benyttes til å utvikle reiselivet. Leverandørene er destinasjonsselskapet Romsdalen AS, Norsk Tindesenter og andre reiselivsbedrifter, samt fjellførere, mens ressurs og produktforbrukere er lokalbefolkningen og turistene. Disse nøkkelaktørene er involvert i et felles mål om å utvikle et bærekraftig reiseliv, hvor de skal samhandle med hverandre til tross for ulike og til tider konkurrerende verdisyn. Begrepet organisasjonsfelt kan oppsummeres som omfanget av aktuelle og relevante aktører, og ikke bare rivaliserende og øvrige organisasjoner i feltet. Gjennom prosessene med stabilisering og formlighet, gir begrepet muligheten til å analysere på hvilken måte kontekstuelle forhold påvirker en organisasjon.

Dokumentanalysen tar utgangspunkt i publisert dokumentasjon om bærekraftig reiselivsutvikling på nasjonalt nivå og i de relevante organisasjonene. Dette inkluderer stortingsmeldinger, offisielle dokumenter som «Handlingsplan for bærekraftig reiseliv i Rauma», Menon Economics sine rapporter om reiseliv i Rauma, og «Masterplan for reiselivet», Rauma kommunes sakspapir for vedtak av gondol, nyheter, samt informasjon på hjemmesidene til de ulike aktørene. Jeg analyserer også artikler som belyser debatten rundt bærekraftig reiseliv i Rauma fra 2018 og frem til i dag. Denne debatten er relevant å ha med i oppgaven fordi den tydeliggjør kontrasten og konflikten mellom de ulike aktørenes institusjonelle logikker. Ut fra dokumentene vil jeg kunne danne meg et bilde og forståelse av hvem, og hvordan de ulike aktørene som arbeider med reiseliv ser på bærekrafts dimensjonene; miljø, mennesker og økonomi. Studien er eksplorative og empiridrevet. Aksel Tjora (2018) omtaler ulike sosiologiske perspektiv i boken «Kvalitative forskningsmetoder i praksis». Problemstillingen i oppgaven min treffer to av disse; *Fenomenologi* og *Sosialkonstruktivisme*. Jeg er opptatt av å finne ut hvordan samfunnsmedlemmene forstår verden rundt seg i interaksjon med andre, og ved å analysere dokumentene systematisk studerer jeg hvilke handlinger, uttalelser og svar på hendelser de sentrale aktørene har hatt over tid. Spesielt opptatt er jeg av å forstå hvordan aktørens handlinger eller uttalelser gjenspeiler ulike logikker i bærekraftig reiseliv. *Sosialkonstruktivisme* bygger på fenomenologi, men betrakter virkeligheten som samfunnsskapt i den forstand at vi forstår den på basis av ulike sosiale faktorer. Ulike aktører kan ha ulike oppfatninger av samme fenomen, og basert på observasjon av den

offentlige debatten i Rauma kan man studere de ulike sosiale fenomeners institusjonelle trekk. I dette perspektivet er det interessant å prøve å forstå hvordan prosesser skapes i sosiale sammenhenger som handlinger, interaksjon og meningsdanning, for å forstå de strukturelle egenskapene som for eksempel klasse og sosiale ulikheter (Tjora 2018). Basert på innholdet i de innsamlede dokumentene, publiserer jeg data og beskriver hendelser hvor ulike aktører har uttalt seg om hvordan de forstår bærekraft. Dette skaper forståelse for hvordan aktører tar initiativ eller reagerer på andres handlinger.

3.2.1 Casestudie

En utfordring med forskning generelt handler om hvordan man skal avgrense det empiriske arbeidet. I kvalitativ forskning arbeides det i dybden med få strategisk utvalgte enheter, for å skape forståelse. Utvikling av et bærekraftig reiseliv er omdiskutert på ulike nivå i samfunnet. I Norge har regjeringen en overordnet strategi og politiske retningslinjer, men det er destinasjonene selv som har ansvar for den lokale tilpasningen og utviklingen av reiselivet. I Rauma kommune har det blitt jobbet med en strategi for utvikling av bærekraftig reisemål i tråd med Innovasjon Norges merkeordning. Det har også blitt utarbeidet en besøksstrategi i forbindelse med søknad om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal Turiststi. Samtidig er det vedtatt bygging av Romsdalsgondolen, som i stor grad baserer sitt inntektsgrunnlag på cruiseturisme. Det er derfor blitt en åpen debatt i lokalmiljøet om hva som menes med bærekraftig reiseliv.

På bakgrunn av dette har jeg valgt å se på de nasjonale retningslinjene som skaper debatt innenfor bærekraftig reiseliv i Norge, hvor jeg bruker et casestudie for å generere kunnskap om hvordan ulike institusjonelle logikker skaper debatt og er avgjørende for utviklingen av reiselivet i Rauma. Casestudien er derfor en naturlig avgrensning av hva og hvem studien inkluderer og ekskluderer. Innenfor utvikling av reiselivet, kan en casestudie av Rauma synliggjør hvordan retningslinjer og verktøy kan veilede eller benyttes som skjold i debatten om bærekraftig reiseliv. Kapittel 4 fungerer som casebeskrivelse, hvor jeg presenterer kort Norges arbeid mot et bærekraftig reiseliv, Innovasjon Norges merkeordning for bærekraftig reisemål og Miljødirektoratets ordning med Nasjonale turiststier, før jeg presenterer Rauma sitt strategiske arbeid med utvikling av bærekraftig reisemål.

3.2.2 Dokumentstudie

Bruk av dokumenter som datamateriale er sentralt i de fleste forskningsprosjekter, men i rene dokumentstudier, som denne, består empirien kun av dokumenter. I dokumentstudier, som i intervjuer eller observasjoner, er det også viktig å redegjøre for hvorfor den aktuelle empirien er valgt ut (Tjora 2018). Dokumentene jeg hovedsakelig har benyttet er casespesifikke, knyttet til utvikling av reiselivet i Rauma. Jeg har også benyttet noen generelle dokumenter, som er gjeldende for reiselivet i Norge. Dokumentene gir informasjon om saksforhold innen en gitt periode, et spesielt sted og er rettet mot spesifikke lesere. Jeg har derfor satt dokumentene inn i en kontekst, basert på når de er skrevet, hvor de er publisert og hvem som har skrevet de. Slik har jeg forsøkt å få et innblikk i hvordan kollektive meninger skapes, speiles og opprettholdes gjennom språk i publiserte artikler. Ved å studere artikler og leserinnlegg, forsøker jeg å identifisere underliggende meninger, verdier og normer knyttet til utviklingen av reiselivet, for å kunne identifisere hvilke institusjonelle logikker som er dominerende hos de ulike aktørene.

Dokumentanalysen bygger på offisielle dokumenter og nyheter og stortingsmeldinger, samt informasjon på hjemmesidene til de ulike aktørene og artikler og leserinnlegg i de lokale avisene. Jeg har ikke studert meninger publisert på sosiale media, da det er utfordrende å finne frem til relevant materiale der. Nettet er stort. Målet med analysen er å få innblikk i de ulike aktørenes virkelighetsbilde og å kunne si noe om variasjoner i logikker, og hvordan disse håndteres i samspill med hverandre. Mest spennende er det om logikkene er sammenfallende eller konkurrerende, og hvordan konkurrerende logikker eventuelt blir håndtert.

3.2.3 Søkshistorikk og utvalgskriterier

For dokumentstudier, som andre kvalitative studier, er det viktig å ha et kritisk blikk på de kilder som benyttes. Utgangspunktet for denne oppgaven er et bærekraftig reiseliv, og jeg tenkte tidlig at det var naturlig å studere dette på et internasjonalt-, nasjonalt og lokalt nivå. Jeg startet søket mitt etter informasjon om bærekraftig reiseliv på Google Scholar. Der søkte jeg etter «Sustainable Tourism», «Sustainable Tourism Norway», «Sustainable Tourism Theory» og «Sustainable development». De artiklene jeg leste, refererte til andre

artikler, og totalt endte jeg opp med den informasjonen jeg har om temaet i oppgaven. Noen av artiklene refererte til arbeidet som FN og UNWTO har gjort med tanke på en bærekraftig utvikling, og dette la grunnlaget for at jeg ønsket å se på hvilke regulatoriske forhold de la til grunn som kunne påvirke en bærekraftig utvikling av reiselivet i Norge. Klimarapporter og informasjon om de internasjonale forholdene er derfor benyttet som informasjon og teori i oppgaven min. Videre refererte de fleste artikler til bærekraftsdimensjonene økonomi, miljø og samfunn. Etter samtale med veileder, startet jeg derfor søket etter John Elkington, og hans teori om den tredelte bunnlinje.

Videre ønsket jeg å se på de nasjonale forholdene. Her var det naturlig å starte søket på regjeringen.no, og videre klikke meg inn på næringsliv og reiseliv, hvor jeg fant informasjon om Den Norske Regjeringens politikk for reiselivsnæringen. Dette ledet meg til informasjon om Innovasjon Norges merkeordning for bærekraftig reiselivsutvikling, og Miljødepartementets autorisasjonsordning om Nasjonale turiststier. Jeg hadde allerede bestemt meg for å studere hva som skjer innen reiselivet i Rauma, for å finne ut hvordan ulike aktører forstår bærekraft. Dette ledet meg inn på teori om institusjonelle logikker. Jeg har mottatt en rekke artikler om denne teorien fra min veileder, og har hovedsakelig benyttet disse. De er referert til i litteraturlisten. Det var også viktig å forstå arbeidet som reiselivsnæringen i Rauma har startet. Dette førte meg til dokumentene «Strategi for utvikling av reiseliv og handel i Åndalsnes og Rauma», «Masterplan produktutvikling reiseliv i Rauma», «Handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling i Rauma», «Forprosjektrapport for Romsdalsgondolen», «Rauma kommune sakspapir – Detaljregulering for Romsdalsgondolen» samt «Besøksstrategi Romsdalseggen».

Da jeg besluttet å utføre en dokumentstudie og ikke innsamling av empiri ved hjelp av intervjuer, startet jeg søket i Atekst. Her rettet jeg søket mitt mot Åndalsnes Avis, og benyttet søkeord som «Bærekraftig reiseliv Rauma», «Reiseliv Rauma», «Reiseliv Åndalsnes», «Bærekraft», «Romsdalsgondolen», «Nasjonal Turiststi» og «Utvikling reiseliv». Jeg begrenset søket fra 2018 og frem til i dag. Søkene gav en lang liste, og jeg startet lesing av artiklene og leserinnleggene. Etter hvert så jeg at informasjonen gjentok seg og at det var de samme aktørene som uttalte seg i media. Det var også de samme argumentene som ble gjentatt. Jeg opplevde således at innsamling av empiri begrenset seg selv. Dermed sitter jeg igjen med den artikkeloversikten som fremkommer i neste delkapittel.

3.2.4 Artikkeloversikt

I innsamling av data, ser jeg at det er ulike hendelser, tiltak eller uttalelser som skaper debatt i lokalavisen. Det er i disse debattene de ulike aktørene setter ord på sin forståelse av bærekraft. Jeg har derfor valgt å kategorisere dokumentene etter de ulike debatter jeg har identifisert. Videre har jeg kategorisert dokumentene etter overordnet tema; Romsdalsgondolen, Nasjonal Turiststi og Rauma som bærekraft reisemål, for å strukturere dataene på en oversiktlig måte.

Romsdalsgondolen			
Åpent møte om utvikling av reiselivet			
Artikkel	Hvor	Dato	Hvem
Arrangerer åpent møte om utvikling av reiselivet	Åndalsnes Avis	01.09.2018	Oddbjørn Vassli, daglig leder i Romasdalen AS
Bygg gondol uansett	Åndalsnes Avis	18.09.2018	Oddbjørn Vassli, daglig leder i Romsdalen AS
Miniseminalet var et spill for galleriet	Åndalsnes Avis	24.09.2018	Stein P. Aasheim (Fjellfører)
Veivalg i reiselivet	Åndalsnes Avis	20.10.2018	Geir Klepaker (MDG)
Reiselivsnæringa er ikke avhengig av flere cruiseturister hit	Åndalsnes Avis	30.10.2018	Reiselivssjef i Rauma, Hilde Gråberg Bakke
Debatten om bærekraftig reiseliv			
Artikkel	Hvor	Dato	Hvem
Den aller første i Norge	Åndalsnes Avis	20.06.2019	Oddbjørn Vassli (Romsdalen AS)
Kanskje verdens første gondolbane!! Ingen har hørt om noe lignende!!	Åndalsnes Avis	24.06.2019	Stein P. Aasheim (Fjellfører)
Debatten om bærekraftig reiseliv	Åndalsnes Avis	26.06.2019	Oddbjørn Vassli (Daglig leder i Romasdalen AS og Romsdalsgondolen AS)

Noen ser mulighetene – andre ser begrensningene	Åndalsnes Avis	29.06.2019	Lars Olav Hustad (Ordfører)
Romsdalseggen, Gondol og Nasjonale Turiststier	Utemagasinet.no	25.07.2019	Fjellførere i Rauma: Amund Amundsen, Halvor Hagen, Ole Haltvik, Urpu Hapuoja, Bjørn Kruse, David Lindgren, Nils Nielsen, Sigurd Nordeide-Felde, Odd Erik Rønning, Kristine Rønning - Hotel Aak, Ida Siem - Romsdal Lodge, Vera Simonsson, Marit Svarstad, Håkon Vego og Stein P. Aasheim
Skal turister som besøker Rauma skamme seg nå da?	Åndalsnes Avis	01.08.2019	Svein Kroken (Romsdal Reiseliv og Handel)
Advarer mot gondolbane i Rauma	Romsdals Budstikke	20.08.2019	Norsk Friluftsliv
Me kunne ha valgt vekk å minne om Geiranger og Flåm	Åndalsnes Avis	16.11.2019	Ida Siem (Politiker og fjellfører)
Løste Gondolfloken	Åndalsnes Avis	16.11.2019	Geir Klepaker (MDG)
Slik blir Romsdalsgondolen			
Artikkel	Hvor	Dato	Hvem
Slik blir gondolen på Åndalsnes	Romsdals Budstikke	14.04.2020	Pressemelding fra Romsdalen AS
Spørsmål til Romsdalsgondolen	Åndalsnes Avis	11.02.2021	Stein P. Aasheim (Fjellfører)
Ønsker svar fra Romsdalen AS	Åndalsnes Avis	18.02.2021	Mari Melbø Rødstøl (Tidligere prosjektleder i arbeidet med bærekraftig reisemål)
Talende taushet	Åndalsnes Avis	23.02.2021	Naturvernforbundet i Rauma

Kommentarer til Stein P. Aasheim, Mari Melbø Rødstøl og Naturvernforbundet i Rauma	Åndalsnes Avis	25.02.2021	Pål R. Amundsen, Daglig leder i Romsdalen AS
--	----------------	------------	--

Romsdalseggen som Nasjonal Turiststi			
Besøksstrategi			
Artikkel	Hvor	Dato	Hvem
Stor verdiskapning	Åndalsnes Avis	10.01.2019	
Turistsatsing kan gi arbeidsplasser	Romsdals Budstikke	23.02.2019	
Rauma som bærekraftig reisemål			
Handlingsplan for bærekraftig reiseliv			
Artikkel	Hvor	Dato	Hvem
Inviterer til åpent oppstartsmøte om bærekraft	Åndalsnes Avis	08.06.2019	Mari Melbø Rødstøl (Tidligere Prosjektleder)
Jeg kan ikke lenger fortsette som prosjektleder på et faglig grunnlag	Åndalsnes Avis	12.11.2019	Mari Melbø Rødstøl (Tidligere prosjektleder)
Trekker seg fra stillingen	Åndalsnes Avis	14.11.2019	Mari Melbø Rødstøl (Tidligere prosjektleder)
Merket for bærekraftig reisemål – et verktøy, ikke en premie	Åndalsnes Avis	26.11.2019	Audun Pettersen, leder bærekraftig reiseliv og mat, Innovasjon Norge
Reiselivet må være med på den grønne omstillingen	Åndalsnes Avis	28.11.2019	Mari Melbø Rødstøl (Tidligere prosjektleder)
Det er viktig for oss å få innspill	Åndalsnes Avis	09.07.2020	Anne Catrine Enstad (Ny prosjektleder i merket for bærekraftig reiseliv i Rauma)

Generelt om bærekraft			
Artikkel	Hvor	Dato	Hvem
Sertifisert som Miljøfyrtårn	Åndalsnes Avis	11.06.2020	Lensmannsgarden i Innfjorden
Endelig blir det toalett	Åndalsnes Avis	10.09.2020	Norsk Tindesenter
Nytt nettverk av elsykler	Åndalsnes Avis	23.03.2021	Anita Vik Buckley (Prosjektleder for bærekraftig reismålsutvikling i Rauma)
Kan alt kalles bærekraftig?	Rbnett.no	24.06.2019	Trygve Sunde Kolderup

3.2.5 Kvalitativ analyseteknikk

Den kvalitative analysen har som formål å gjøre det mulig for en leser av studien, å få økt kunnskap om forskningen, uten å måtte gå igjennom de data som er generert i løpet av forskningsperioden (Tjora 2018).

Sortering, strukturering og reduksjon av datamateriale er derfor en nødvendighet. Jeg valgte å strukturere datamaterialet mitt etter ulike debatter i den lokale avisen Åndalsnes Avis. Disse gjenspeiler den historiske utviklingen av reiselivet i Rauma fra 2018 og frem til i dag. Jeg har ikke tatt denne struktureringen med videre til analysen, da det ble for oppsummerende og ikke direkte gav svar på forskningsspørsmålet om hvordan aktører forstår bærekraft. Avisartiklene og leserinnleggene er karakterisert som primærdataene mine, som jeg gikk systematisk gjennom. Jeg laget egne referat av avisartiklene og leserinnleggene. Mens jeg leste gjennom primærdataene fokuserte jeg på aktørenes argumenter for bærekraftig reiseliv, mulige underliggende verdier som kom til syne i kritikk av andre og for å legitimere egne synspunkter og handlinger. Jeg har hatt en voksende interesse for hva som har skjedd innen utviklingen i Rauma, hvordan lokalmiljøet engasjerer seg i det som skjer og hva aktørene mener om fremtiden. Om jeg så sitater som sa noe om aktørenes logikker, laget jeg en forkortelse eller kode på det som jeg noterte i margin, samtidig som jeg tegnet opp et tankekart. For å få mer informasjon om deltagere i kommunestyret som var med å vedta gondolutbygging, har jeg lest gjennom sakspapirene og notert hvem som hadde ulike innsigelser og forslag til vedtak. Disse kommentarene er også med i analysen, og jeg har notert koder for disse også.

Koder og sitat har jeg sortert etter institusjonell logikk. Måten jeg strukturerte dataene på, tenker jeg er hensiktsmessig for å kunne svare på oppgavens problemstilling og underliggende forskningsspørsmål. I tillegg bidro det analytiske arbeidet mitt til å distansere dataene fra egne antagelser og holdninger. Fokuset var på å kategorisere kodene så korrekt som mulig, og jeg ble ikke lenger opptatt av min egen forutinntatte holdning om hva som er «riktig og galt» innen bærekraftig utvikling. Jeg stilte meg selv også spørsmålet «Hva er det egentlig aktøren mener med å uttrykke seg slik?». Målet med analysen av primærdatabene var å finne svar på hvordan bærekraftig reiseliv forstås av ulike aktører innen organisasjonsfeltet i Rauma. Leserinnleggene og debattene i lokalavisen gav et bilde av noen aktører, men langt fra alle mulige aktører innen organisasjonsfeltet er representert. Det er en del gjentakende navn og meninger som kommer frem i mediebildet, og slik begrenset datainnsamlingen seg selv. De underliggende forskningsspørsmålene mine dannet grunnlag for oppgavens drøfting. Sett i lys av valgt teori, har jeg hatt forutsetninger til å kunne diskutere de ulike aktørenes logikker og kommet til en konklusjon.

Prosessen med å sortere og strukturere datamaterialet var både krevende og utfordrende, men samtidig var det den kjekkeste delen av å skrive oppgave. Jeg har undervegs i prosessen fått økt kunnskap både teoretisk og empirisk, og ulike innspill har gitt meg ny innsikt. Forskningen har vært interessant og jeg har fått et større eierskap til det jeg har forsket på.

3.3 Datakvalitet

Som oftest benyttes kriteriene reliabilitet og validitet som indikatorer på kvalitet.

Datamaterialet skal med andre ord være pålitelig, troverdig og gyldig.

Reliabilitet betyr pålitelighet og innebærer en vurdering av selve innsamlingen og tolkningen av empirien. Her stilles spørsmål om jeg er konsistent i min forskning, og om den kan gjentas flere ganger. Et viktig element i oppgavens pålitelighet er om forskerens forforståelse er gjort rede for, slik at det er tydelig hvilke faktorer som påvirker alle valg. Dette inkluderer valg av teori, datagenerering og analyse. Innen den fortolkende tradisjonen er forskeren å regne som et viktig verktøy, men det er viktig at ingen skjulte politiske eller emosjonelle agendaer påvirker forskningen (Tjora 2018). Påliteligheten i

denne oppgaven hviler da på at alle valg og avgjørelser i forskning kommer godt nok frem for leseren, og at de påvirkningsfaktorer som finnes er gjort rede for.

Validitet betyr gyldighet, og er knyttet til spørsmålet om hvorvidt de svarene vi kommer frem til i forskningen, faktisk er svar på de spørsmål vi stiller (Tjora 2018). I en masteroppgave som dette, hvor jeg har begrenset utvalg og en relativt kort tidsramme, er det for ambisiøst å utvikle nye teorier. Et konsept som kan sies å ha status som teori, må være både falsifiserbart og prøvbart (Tjora 2018). Jeg er fornøyd dersom oppgaven min kan bidra til forståelse av bærekraft og bærekraftig utvikling av reiselivet.

3.4 Begrensninger

En slik dokumentstudie setter begrensninger i forbindelse med å få et helhetlig bilde av samfunnet, da det stort sett kun er profilerte personer som uttaler seg i leserinnlegg, avisartikler og lignende. Derimot kan studien bidra til å forstå hvordan enkelte tolkninger av virkeligheten kan oppnå dominans fremfor andres syn og meninger, med bakgrunn i de sosiale prosessene.

4.0 Introduksjon til caset

4.1 Åndalsnes i Rauma

Så fortalte han om Åndalsnes, et lite tettsted oppe i Romsdalen omgitt av høye fjell, hvor det var så vakkert at moren hans alltid hadde sagt at det var der Gud hadde begynt da han skapte verden, og at han hadde brukt så lang tid på naturen i Romsdalen at resten av verden måtte gjøres i hui og hast for å bli ferdig til søndag.

- Jo Nesbø, "Flaggermusmannen"

Med uttrekk fra, og referanse til Jo Nesbøs bok «Flaggermusmannen», ønsker nettsiden til (Visit Nordvest 2021) velkommen til Åndalsnes. Stedet hvor man kan oppleve dalen med den smaragdgrønne elven Rauma, de stupbratte fjellsidene, flotte broer og frodige fossefall. Åndalsnes er en by mellom fjord og stupbratte fjell i Rauma kommune, i Møre og Romsdal fylke. Byen er et naturlig utgangspunkt for mange aktiviteter (Visit Nordvest 2021), og kjennetegnes av blant annet Trollveggen, Trollstigen, Mannen, Raumbanen, samt et aktivitetsbasert friluftsliv og reiseliv (Rauma kommune 2021a). Med andre ord er det et flott område for mennesker som er glade i å benytte naturen. Dette baserer Rauma Kommune sin visjon på:

«Verdens beste kommune for naturglade mennesker» (Rauma kommune 2021b).

En visjon som gjenspeiler at enkeltmennesker skal sette pris på naturen og omgivelsene, samt forplikter at kommunen tar vare på naturen og er et bærekraftig samfunn (Rauma kommune 2021b).

I 2016 fikk Åndalsnes et nytt opplevelsessenter, kalt Tindesenteret, og byen ble kalt Norges tindehovedstad.

Denne studien omhandler utviklingen av reiselivet i Rauma, og det er derfor essensielt å beskrive de naturbaserte opplevelsene som utviklingen i første rekke omhandler. Nesaksla ligger midt i Åndalsnes, og kalles gjerne «Åndalsnes sitt byfjell». Turen til toppen starter i sentrum og tar omtrent et par timer. Undervegs til toppen får man praktfull utsikt og kan ta en avstikker ut på det luftige utkikkspunktet, «Rampestreken». Turen fra Nesaksla til sentrum utgjør også den siste etappen av den etter hvert anerkjente turen over spektakulære

Romsdalseggen. I 2019 omtalte VG Romsdalseggen som «Norges nye skrytetur», noe som bidro til at enda flere fikk øynene opp for fjellene i Åndalsnes. Reiselivets markedsføring har også ført til vekst i den naturbaserte turismen på Åndalsnes de siste årene. Dersom en eksempelvis søker på «Utendørsaktiviteter i Norge» på TripAdvisor, finner man Trollstigen og Romsdalseggen på henholdsvis 4. og 10. plass (Tripadvisor 2021). Slik markedsføring kan føre til økt belastning i naturen, da mange mennesker reiser til samme sted for å oppleve unike landskap og for å fange det riktige bildet til egne sosiale medier. Turstier blir utsatt for omfattende og gjentakende tråkk fra entusiastiske turgåere, som igjen kan gi store erosjonsskader på underlaget og stiene kan etter hvert preges av et nettverk av blottlagte røtter.

Som jeg vil komme nærmere inn på senere, har ulike aktører i Rauma kommune utarbeidet en handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling, med en visjon om at Rauma skal bli *«verdens beste reisemål for naturglade mennesker»* (Visit Nordvest et al. 2020).

Dette baserer seg på at reiselivsnæringen er et nødvendig inntektsgrunnlag for Åndalsnes, og økt turisme kan gi muligheter i tråd med økt verdiskapning. På den andre siden kan økt turisme også føre til utfordringer, og man ser at turen mellom Venjedalen og Romsdalen, Romsdalseggen, i løpet av kort tid har blitt så populær at slitasje, dopapir og kø har blitt den største utfordringen (Utemagasinet 2019). Norsk Tindesenter i Åndalsnes har på bakgrunn av slitasje og forventet økt besøkmengde, søkt om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi. Det er med dette et ønske om å ivareta og tilrettelegge stien over Romsdalseggen, slik den er i dag. Et annet tiltak som er satt i gang på bakgrunn av at reiselivsaktører i Rauma ønsker å videreutvikle reiselivet, er bygging av en gondol fra sentrum til toppen av Nesaksla. Gondolen ble ferdigstilt, og satt i drift i mai 2021. Dette tiltaket har skapt mange og store debatter i media både lokalt og regionalt.

4.2 Rauma som bærekraftig reisemål

Romsdalen med sin vakre natur og sine trolske fjell har en lang reiselivshistorie. Det varierte landskapet i Romsdalen gir mange muligheter for friluftsliv, og de naturskjønne og dramatiske omgivelsene gir stor opplevelsesverdi (Visit Nordvest et al. 2020).

Helt siden slutten på 1800 tallet har det kommet turister til Rauma. Først og fremst var det engelske laksefiskere som kom, deretter kom de første turistskipene til Åndalsnes i 1882, og i 1924 åpnet Raumabanen. I 1936 ble Trollstigen åpnet. Dette er en av Norges fremste turistvegikon, og fikk status som nasjonal turistveg i 2012 (Visit Nordvest et al. 2020). De majestetiske fjellene i Rauma trekker også turister. Både de som vil se og oppleve naturen, men også de som ønsker å benytte naturen til fjellvandring, fjordfiske, isklattring, toppturer på ski og lignende, tar turen dit. To store festivaler har de siste tiårene blitt arrangert i Rauma; Norsk fjellfestival og Rauma Rock. Med Norsk Tindesenter markerer også Åndalsnes seg som tindehovedstaden i Norge. Rauma byr på alt fra tradisjonelt friluftsliv som klatring, jakt og fiske, til nyere og moderne former for friluftsliv som buldring, basehopping, Stand up padling og klyving i Via Ferrata. De bratte fjellene tiltrekker seg også basehoppere og paraglidere (Visit Nordvest et al. 2020).

I 2013 utviklet Rauma kommune i lag med næringsaktører en strategi for utvikling av handel og reiseliv i Rauma kommune (Enger, Berglund, and Iversen 2013). De konkluderte med at til tross for et stort volum av besøkende, var verdiskapningen i reiselivet relativt lav. De ønsket derfor å lage en strategi for å møte utfordringen, og ville etablere Rauma som reisemål for de som søker utfordrende aktiviteter i naturen, samt utvikle «stopp produkter» som får reisende til å stoppe og bruke penger i kommunen. I denne prosessen kartla de eksisterende produkter fordelt på sommer- og vinteraktiviteter, samt kom med forslag til nye produkter fordelt på ulike kundegrupper. De ulike kundegruppene var; aktive naturbaserte turister, cruise- og rundreiseturister og Festivalgjester (Berglund 2015).

Våren 2019 ble det tatt initiativ til at Visit Nordmøre og Romsdal AS skulle søke Innovasjon Norge om å få støttet til fase 1 i «Merket for bærekraftig reisemål». I denne forbindelse ble det utarbeidet en handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling i Rauma. Visit Nordmøre og Romsdal er destinasjonsselskapet for Nordmøre og Romsdal, og er prosjekteier av prosjektet «Å kvalifisere Rauma for Merket for bærekraftig reisemål». Handlingsplanen er utarbeidet sammen med Rauma Kommune, Romsdal Reiseliv og Handel samt Romsdalen AS (Visit Nordvest et al. 2020).

Rauma kommune sin visjon gjenspeiles i både kommunen og reiselivsnæringen sitt arbeid og profilering. I masterplan for produktutvikling av reiseliv i Rauma er dette ett av hovedmålene innen 2025:

Rauma blir av kundene oppfattet som verdens beste reisemål for naturglade reisende og reiselivsnæringen preges av lønnsomme bedrifter som tiltrekker seg kompetente medarbeidere innen naturbasert reiseliv. Dette gjør reiselivet attraktivt i regionen (Berglund 2015).

Prosjektet for bærekraftig reiseliv, vedtok i januar 2020 revidert strategivisjon:

Ved å utvikle unike opplevelser for gjestene på Nord-Vestlandet gjennom hele året, skaper vi økonomisk vekst for den enkelte reiselivsbedrift og for regionen. Vi gjør dette ved å styrke samarbeidet mellom aktørene – og med Fjord Norge – samt fungere som pådriver, rådgiver og verktøy for produktutvikling og markedsføring av regionen med bærekraftbegrepet som grunnlag i alle ledd. MÅL: Få flere gjester til å komme hit hele året - Få gjestene våre til å bli lenger - Få gjestene til å legge igjen mer penger (Visit Nordvest et al. 2020).

Handlingsplanen viser også til visjonen i «Veikart for Norsk reiseliv».

I 2030 skal Norge ha befestet posisjonen som ett av verdens foretrukne reisemål for bærekraftige natur- og kulturbaserte opplevelser. Fram mot 2050 skal brorparten av veksten i norsk reiseliv bestå av unike opplevelser som er en reise verdt i et intakt natur- og kulturlandskap. Transport til og fra reisemålet skal være mest mulig klima og miljøvennlig. Reiselivsnæringen skal, i et tett samspill med det offentlige og andre sektorer, søke etter og inspirere til lave klimagassutslipp, tilby lokale matspesialiteter og være kjennetegnet av grønn verdiskaping (Visit Nordvest et al. 2020).

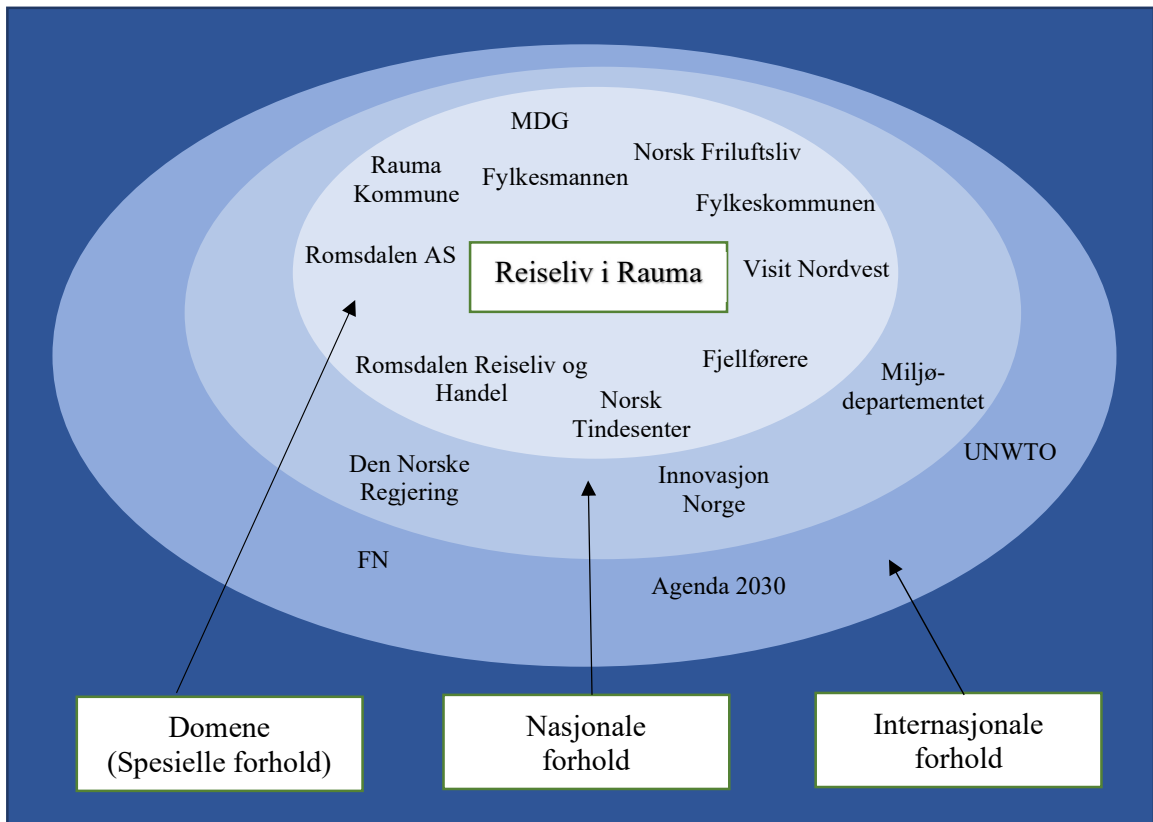
Handlingsplanen viser til de ti prinsippene for et bærekraftig reisemål som ble vedtatt av UNWTO, og forteller hvilke områder de tenker å arbeide med, å kvalifisere seg til merket for bærekraftig reisemål. Rauma ønsker å arbeide med Forankring og implementering politisk, Forankring og implementering på reisemålet, Bevaring av natur, kultur og miljø, Styrking av sosiale verdier, Økonomisk levedyktighet, samt Kriterier og indikatorer for cruisedestinasjoner. Det er videre en detaljert gjennomgang av hvordan Rauma skal styrke og synliggjøre sin satsing på:

1. Natur, Miljø og klimatiltak
2. Sosiale verdier
3. Økonomisk levedyktighet

4.3 Aktørene i caset

I dette delkapitlet vil jeg presentere aktørene i caset. Disse er de aktørene som har uttalt seg om bærekraftig reiseliv, i den innsamlede empirien for studien. Tabellen med oversikt over artikler i kapittel 3.2.4, viser navn på hvem som representerer de ulike reiselivsbedriftene, fjellførerne, politikerne, fylkeskommunen og Norsk friluftsliv.

Figuren under viser organisasjonsfeltet, hvor også de internasjonale- og nasjonale aktørene er representert.



Figur 5: Institusjonelle omgivelser og aktører i caset

5.0 Funn

Dette kapitlet tar først og fremst for seg UNWTOs bærekraftsprinsipp og Agenda 2030 for bærekraftig utvikling av reiselivet. Dette, sammen med Den Norske Regjerings politikk for reiselivet, Innovasjon Norges merkeordning for bærekraftige reisemål og Miljødepartementets autorisasjonsordning for Nasjonale Turiststier vil sees i lys av den regulative søylen til Scott, da de setter reguleringstiltakene som reiselivet bør tilpasse seg. Rauma kommune sin visjon kommer igjen i mange av dokumentene jeg har benyttet i min studie. Jeg tolker dette i retning av at denne har betydning og skaper en norm i samfunnet. Derfor benytter jeg den normative søylen til å analysere Rauma kommune sin visjon, og dens betydning for utviklingen av reiselivet, og som grunnlag for forventninger i lokalsamfunnet.

Den kognitive søylen omhandler hvordan ulike grupper innen samme miljø utvikler felles meninger om hvordan det er best å utføre handlinger. Denne viser til hvordan aktørenes atferd påvirkes av deres referanserammer, kunnskap om- og tolkning av verden. Siste del av kapitlet viser til de funn jeg har gjort i studien, hvor jeg siterer hva ulike aktører innen organisasjonsfeltet har uttalt seg om bærekraftig reiseliv, i media. Dette er utgangspunktet for hvordan bærekraftig reiseliv forstås av de ulike aktørene innen reiseliv i Rauma. Videre skaper det grunnlag for drøfting av institusjonelle logikker hos de samme aktørene.

5.1 Internasjonale- og Nasjonale reguleringer

Scotts regulative søyle viser til nasjonale og internasjonale reguleringstiltak som organisasjoner må tilpasse seg for å unngå sanksjoner. Dette inkluderer lover og bestemte praksiser som definerer hva man ikke kan gjøre, og hvordan ulike oppgaver skal utføres. Dette tolker jeg som de internasjonale og nasjonale forholdene innen organisasjonsfeltet.

The World Tourism Organization (UNWTO) som er FNs særorganisasjon innen turisme, arbeider for at utvikling av turisme skal være bærekraftig og forsvarlig. Organisasjonen arbeider for å implementere en global etisk standard, slik at medlemslandene, turistmål og næringslivet får nyttede økonomiske, sosiale og kulturelle fordelene med turisme, samtidig som de minimaliserer negative sosiale og miljømessige konsekvenser. I 2015 ble Agenda 2030 for bærekraftig utvikling vedtatt og er et globalt rammeverk for å få slutt på

ekstrem fattigdom, bekjempe ulikheter- og urettferdigheter i verden samt å få klimaendringene under kontroll innen 2030. Her ble det utarbeidet 17 bærekraftsmål, som reiselivet har mulighet til å bidra for å nå. Reiselivet er direkte inkludert i mål nummer 8, 12 og 14 som går på økonomisk vekst ved hjelp av lokal arbeidskraft, ansvarlig forbruk og produksjon, samt livet under vann. Når man leser hva disse målene betyr for reiselivsnæringen, er ikke klima nevnt i noen av de tre. Dette er underlig, da reiselivsnæringen også blant annet inkluderer cruiseturisme som i seg selv representerer klimautfordringer. Dette fremkommer derimot i de andre målene som reiselivet indirekte kan påvirke. Når jeg leser igjennom alle målene er det de økonomiske forholdene som er mest fremtredende. Disse viser seg i å *redusere fattigdom, likestilling i arbeidslivet, lokal arbeidskraft og bedre infrastruktur som skaper økonomisk vekst i andre næringer*. De miljømessige verdiene fremkommer i *rene energikilder, effektiv transport, fornybare energikilder innen transport, bevaring av økosystem under vann samt bevaring av natur, flora og fauna* som alle bidrar til klimautfordringene. Det er med andre ord klima som er den største miljøfaktoren, og behov for urørt natur er lite omtalt. De samfunnsmessige verdiene fremkommer i *rent vann og sanitærforhold, samfunnsutvikling i byer og rurale strøk og bedre lokalsamfunn hvor man aksepterer flerkulturelle bakgrunner*. UNWTO mener for øvrig at for å oppnå bærekraftig turisme kreves overvåking av konsekvenser, samt innføring av nødvendige forebyggende- og korrigerende tiltak ved behov. Noe som er en kontinuerlig prosess.

Det er omfattende å sette seg inn i og analysere bærekraftsmålene. En analyse av disse er ikke en del av min oppgave, og jeg nøyer meg med å nevne dem i forbindelse med hva som regulerer reiselivsnæringen. Det som er sentralt for min oppgave er å forstå hvordan aktørene i caset forholder seg til de krav som settes, og hvilke konsekvenser det tilsynelatende har å ikke følge de regulative kravene.

Den Norske Regjering på sin side har utarbeidet en nasjonal politikk for utviklingen av reiselivet. I denne politikken er høyere verdiskapning og økt lønnsomhet sentrale mål. For å nå dette vil de rette innsatsene mot fem områder, hvor bærekraftig reiseliv er en av dem. Innen bærekraft vektlegges det at reiselivet må ivareta bevaring av naturarv, kultur og miljø samtidig som det skal bidra til å styrke lokalsamfunn og skape grunnlag for langsiktig konkurransedyktighet og levedyktighet både for bedrifter og destinasjoner. Slik fremmer politikken både miljø, økonomi og samfunn.

Regjeringen uttaler at sosiale verdier i en bærekraftig utvikling kan gi lokalsamfunnene eierskap til utviklingen av reiselivet på sitt sted. På denne måten overlater de ansvaret for utviklingen til de ulike destinasjoner. De presiserer at både nasjonale og internasjonale miljømål innen bærekraft og miljøhensyn må være et premiss for norsk reiselivsnæring. Styring av ferdsel i naturen vil fremmes gjennom informasjon, merking og enkel infrastruktur for å forhindre at økt trafikk og trengsel gir slitasje på omgivelsene og svekker kvaliteten på reiselivsproduktet. Som en del av dette vil regjeringen samle og markedsføre noen tilrettelagte turstier som Nasjonale turiststier med mål om å gjøre stiene attraktive for besøk og næringsvirksomhet, ved at bruken av stiene gjøres bærekraftig og mer tilgjengelig.

I Norge er det to nasjonale organ som setter reguleringer for destinasjoner som ønsker å utvikle reiselivet for sin destinasjon og ivareta bærekraftsprinsippet. Disse er Miljødirektoratet og Innovasjon Norge. Som jeg var inne på over, har vi en autorisasjonsordning for Nasjonale turiststier. Denne ordningen er det Miljødirektoratet som regulerer. Ordningen med Nasjonale turiststier skal blant annet bidra til å løse utfordringer knyttet til slitasje på stier, søppelhåndtering og manglende toalettfasiliteter. Den økte turismen på turstier har ført til flere ulykker og redningsaksjoner mange steder i Norge. Ordningen kan bidra til økt beredskap og skilting med informasjon i form av turens vanskelighetsgrad, samt hvor man kan ferdes trygt. Nasjonale turiststier skal med andre ord ikke legge til rette for mer utbygging og tiltak enn nødvendig, og ingen tiltak skal være i strid med allemannsretten, men sikre verdiskaping med fokus på stier og hensyn til natur og kultur. Dette er, slik jeg forstår det, et regulerende tiltak som hindrer mer naturinngrep enn nødvendig.

Innovasjon Norge er den sentrale virkemiddelaktøren for Norges reiselivsnæring. De skal legge til rette for innovasjon, verdiskaping og konkurransefordeler i reiselivsnæringen og det norske næringsliv for øvrig. Dette indikerer økonomiske verdier. Innen reiselivsutvikling har de utarbeidet *Merket for bærekraftig reisemål*, som er et verktøy for å systematisere arbeidet med bærekraft for en destinasjon ved å skape balansen mellom natur, miljø og klimapåvirkning, samspill mellom reiseliv og lokalsamfunn, samt næringens lokale og økonomiske verdiskaping. Destinasjoner som ønsker å være med i merkeordningen må over tid prioritere å jobbe kontinuerlig mot denne balansen. Merkeordningen skal blant annet bidra til å oppfylle et av delmålene i UNWTOs

bærekraftsmål, som innebærer å utvikle og innføre metoder for å overvåke konsekvensene av en bærekraftig utvikling på en turistnæring som er bærekraftig, skaper arbeidsplasser og fremmer lokal kultur og lokale produkt. På denne måten støtter merkeordningen FNs bærekraftsmål, og Innovasjon Norge fungerer som et regulerende organ, da destinasjoner som er med i merkeordningen må vise til ulike målinger hvert tredje år for å bevare merket.

Det jeg synes er mest utfordrende innen de regulatoriske organene, er å finne informasjon om det faktisk eksisterer målesystem som gir indikasjoner på om utviklingen er bærekraftig og ikke. Det har blant annet vært en debatt om Innovasjon Norge sin merkeordning, da denne kan ha ulik betydning. Som jeg vil komme tilbake til, valgte prosjektleder i «merke for Rauma som bærekraftig reisemål» å slutte i stillingen når gondolen ble inkludert av prosjekteier i handlingsplanen. Det kan være utfordrende for reiselivsdestinasjoner å arbeide strukturert og kontinuerlig mot en bærekraftig utvikling, dersom de regulatoriske organ gir rom for egen tolkning av hva som kan inkluderes i planen. Reiselivet utvikles også i destinasjoner som ikke søker om å bli med i merkeordningen for bærekraftig utvikling eller autorisasjonsordningen om Nasjonale turiststier. Slik jeg forstår det er det ikke noe system for måling om utviklingen for disse destinasjonene er i retning av bærekraft. Ifølge Scott er det de regulatoriske bestemmelsene som skal bidra til styring av utviklingen. Dersom disse ikke eksisterer, vil jeg tro det blir det opp til enkeltaktører å bedømme eller uttrykke om reiselivet for sin destinasjon ivaretar en bærekraftig utvikling eller ikke.

5.2 Verdier og normer i Rauma

Den normative søylen viser til verdier og normer, samt roller av sosiologisk opprinnelse knyttet til rett, rettferdighet, etikk og moral. Verdiene er standarden som atferd måles opp mot, mens normene viser hvordan man oppnår atferden. Som nevnt innledningsvis er Rauma kommune sin visjon sitert i mange av dokumentene jeg har benyttet i min studie. Jeg tolker dette i retning av at denne har betydning og skaper en norm i samfunnet, som reiselivsaktørene ønsker å benytte i sin utvikling. Slik tenker jeg at Rauma Kommune sin visjon på om å være *Verdens beste kommune for naturglade mennesker* lager forventninger i samfunnet, om hvordan reiselivet utvikles. Historien viser til at naturen har vært og er den store attraksjonen der. Dette vises også ved at visjonen gjenspeiler at enkeltmennesker

skal sette pris på naturen og omgivelsene, samt forplikter at kommunen tar vare på naturen og er et bærekraftig samfunn. Verdiene og forventningene dette skaper, eksisterer i aktørens omgivelser, og reisleivsaktørene og de besøkende må etterleve dette for å oppnå moralsk aksept av lokalsamfunnet. Naturglede er slik jeg forstår det en sterk verdi i kommunen. Dette er med på å regulere hva som oppfattes å være riktig atferd i gitte situasjoner. Jeg oppfatter at forventningene skaper en strukturell orden basert på kognitiv taus kunnskap, slik at aktørene kan tolke situasjoner i en gitt kontekst hvor det ikke er behov for forhandlinger.

I 2013 ble arbeidet startet med å lage en strategi for utvikling av reiseliv og handle i Rauma. Jeg forstår det slik at det var etter dette, at det var naturlig å inkludere bærekraftsprinsippene i utviklingen. Det kan tenkes at årsaken er at dette er en internasjonal og nasjonal forventning fra de regulatoriske organ. Reiselivsaktørene i Rauma har involvert seg med nasjonale organ, både i form av arbeid mot å få merket som bærekraftig reisemål, og søknad om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi. Tilsynelatende støtter begge disse tiltakene lokalsamfunnets forventninger, som også er i tråd med kommunens visjon. Det er først når planene om Romsdalsgondolen blir kjent, at ulike aktører uttrykker sine meninger om at dette ikke er i samsvar med forventningene til en bærekraftig utvikling av reiselivet.

5.3 Hvordan forstås bærekraftig reiseliv av aktører i Rauma?

Den kognitive søylen omhandler hvordan ulike grupper innen samme miljø utvikler felles meninger om hvordan det er best å utføre handlinger. Dette er et symbol på hvordan aktørenes atferd påvirkes av deres referanserammer, kunnskap om- og tolkning av verden. Den kognitive søylen skiller seg fra den normative søylen, ved at man fokuserer på sosiale grupper hvor individene har bestemte oppfatninger om hva som skal gjøres, og det blir tatt for gitt at det er den beste og mest hensiktsmessige måten å gjøre noe på.

En destinasjons sammenkobling av lokalt liv, markedslogikk, politikk og kulturhistorie belyser utfordringer i forbindelse med de ulike begrunnelser som ligger til grunn for debatter og handlinger blant aktører. Det ser ut som at utviklingen av et bærekraftig reiseliv er avhengig av hva som anses som akseptabelt eller uakseptabelt i en gitt situasjon, basert på aktørenes verdier og holdninger, prioriteringer og kunnskap angående reiselivets

rolle og betydning for fremtiden. Åndalsnes er en naturbasert reiselivsdestinasjon, hvor lokalsamfunnet lever tett på naturen med sine majestetiske fjell og fjorder. Dette vises ved at mange aktører har kritiske begrunnelser for hva som er akseptabelt og ikke akseptabelt med tanke på bruk av naturen. Utviklingen av reiselivet og kriterier for om det er en bærekraftig utvikling, er mye omdiskutert og slik jeg ser det avhenger argumentene av aktørenes verdisyn og verdiorden.

Sett i et teoretisk lys består institusjonelle omgivelser av lokale, nasjonale og internasjonale forhold. De institusjonelle omgivelsene kjennetegner kulturen i området som studeres, og omhandler hvilke verdier, normer og forventninger som er av betydning for aktørene i en utviklingsprosess. Basert på argumenter i leserinnlegg og debatter i lokale media har jeg valgt å skissere hvordan jeg forstår de ulike aktørene sin forståelse av bærekraftig reiseliv. I gjennomgang av empirien, har jeg sett at det hovedsakelig er argumenter for økonomisk vekst og inntjening, samt for bevaring av miljøet som gjentas. Det er få argumenter som taler i retning av en verdiorden som verdsetter den sosiale dimensjonen i den bærekraftige utviklingen. Slik jeg tolker det er det hovedsakelig to oppfatninger av bærekraftig reiseliv som sameksisterer i Rauma. Det er likevel innspill som kan tolkes i retning av den sosiale dimensjonen, men denne er mer underordnet enn likestilt med de to andre dimensjonene, økonomi og miljø. Disse tre dimensjonene er hentet fra de definisjoner om bærekraftig utvikling og bærekraftig reiseliv som jeg har referert til tidligere, men de er også støttet av det empiriske materialet jeg har samlet inn om hvordan aktørene legitimerer sin forståelse og sine synspunkter om utviklingen som skjer innen reiselivet i Rauma.

5.3.1 Det økonomiske perspektiv

Det økonomiske perspektivet synes å være begrunnet i lokal verdiskapning og fremtidige arbeidsplasser, samt mulighet for fremtidig bosetting i distriktet. Dette gjenspeiles i Den Norske Regjering's reiselivsstrategi «Destinasjon Norge» som ble lansert i 2012, hvor det står at et bærekraftig reiseliv innebærer at næringen skal legge til rette for levedyktige lokalsamfunn, gode og stabile arbeidsplasser og økonomisk levedyktige reiselivsbedrifter, samtidig som miljøperspektivet ivaretas. Ulike aktører argumenterer også for dette, når de uttaler seg om bærekraftig turisme i Rauma. Det som viser seg å være de viktigste verdiene i dette perspektivet inkluderer produktivitet og profesjonalisering, som vil gi lønnsomme

besøkende. Det argumenteres med at reiselivet i Rauma trenger en utvikling som gir besøkende en grunn til å komme til Romsdalen, men også en årsak til å bli værende over flere dager. Dette belyses i Menon Economics sin rapport «Strategi for utvikling av reiseliv og handel i Åndalsnes og Rauma» (Enger, Berglund, and Iversen 2013). I denne står det: «*Det er stor turisttrafikk i Raumaområdet, spesielt på sommerstid, en turisttrafikk som representerer et stort potensial for fremtidig verdiskaping. (...) De store reisestrømmene viser at Åndalsnes er et svært godt utgangspunkt for dagsturer i regionen. Det ligger et svært stort potensial i å transformere gjennomreise- og rundreiseturistene til baseturister. (...) Målet for reiselivsnæringen bør være å øke omsetning per turist i området betydelig. (...) Mulighetene for utvikling av reiseliv og handel i Rauma er å etablere produktene, opplevelsene og tilbudet i Rauma som **mål for reisen** for målgrupper innenfor det aktive naturbaserte feriesegetet. Dessuten å utvikle **stoppeffekt** gjennom tilbud og produkter for de store strømmer av reisende som i dag reiser gjennom kommunen og tilsvarende for cruisegjester som kommer til Åndalsnes og som i begrenset grad benytter seg av eksisterende tilbud*» (Enger, Berglund, and Iversen 2013). Menon Economics har også utarbeidet en oversikt over hvilke produkter som bør utgjøre majoriteten av reiselivsomsetningen i Rauma i 2025, hvor gondolbanen ligger øverst på listen.

Aktører som arbeider med utviklingen av reiselivet i Rauma uttaler seg om at reiselivsnæringen har vært preget av ineffektivitet og ikke har vært lønnsom. Dette belyses blant annet av tidligere daglig leder i Romsdalen AS, Oddbjørn Vassli, som antyder at det ikke er et mål i seg selv å bygge en gondolbane, men at det overordnede målet er at banen skal bidra til økt verdiskaping innen reiselivet i Rauma. Han sier at *Bærekraft er derfor noe langt mer enn klassisk naturvern eller klima. Rauma er nå i en posisjon hvor vi sammen skal utforme hva begrepet konkret skal inneholde for oss. Vi mener at den største bærekraftutfordringen Romsdalen har, er at en millioner turister årlig i området, bare legger igjen 100 kroner i snitt*» (Vassli 2019). Vassli argumenterer videre for at det er behov for opplevelsprodukt som reiselivet kan selge til de besøkende for å øke verdiskapningen, og han uttrykker at klassisk friluftsliv er ikke bidragsyter til en levende næring.

Ifølge Masterplan for produktutvikling og reiseliv i Rauma (Berglund 2015), ansees bygging av gondol fra sentrum til Nesaksla som et viktig produkt å utvikle, da den i seg

selv vil være lønnsom, men også fungere som et synlig «stopp-produkt» samt å gjøre fjellene mer tilgjengelig for et større volum av besøkende. Dette vil «*øke muligheten for betydelig økt omsetning og verdiskaping knyttet til naturopplevelser*» (Berglund 2015).

I en situasjon hvor fjellfører Stein P. Aasheim adresserer en del spørsmål angående gondolen og bærekraft til Romsdalen AS, antyder han at verdiskapningen går til investorene og ikke til Rauma. Ny daglig leder i Romsdalen AS, Pål R. Amundsen, svarer at «*investering, aksjer og avkastning i forbindelse med gondolen, gjør at Romsdalen AS blir mer økonomisk levedyktig gjennom lokal verdiskapning og virksomheten blir mer konkurransedyktig*» (Amundsen 2021).

I debatten om Romsdalsgondolen bidrar til en bærekraftig utvikling av reiselivet, lurer Svein Kroken fra Romsdal Reiseliv og Handel, på hvor den økonomiske bærekraften blir av. Dette belyser han i sitt leserinnlegg; «*Selv lurer jeg på hvor den økonomiske «bærekraften» blir av, både for pendelbanen og turisttoget på Raumabanen, dersom vi skal avgrense muligheten til cruiseskip til å besøke oss. Både turisttoget og pendelbanen har basert deler av sine inntekter fra cruiseskip*» (Kroken 2019).

Rauma arbeider for få Innovasjon Norges merke for Bærekraftig reisemål, og i denne forbindelse er det utarbeidet en handlingsplan som beskriver hvilke tiltak destinasjonen ønsker å arbeide med i tiden fremover. For å styrke den økonomiske levedyktigheten i næringen, er det viktig å forlenge opphold og sesong. Ifølge handlingsplanen som er utarbeidet av mange aktører innen reiselivet står det at «*Det største potensialet for Raumas reiseliv ligger i å utvide sesongen, og jobbe for å bli en helårsdestinasjon, med større kapasitet på hotell og flere gode produkt som kan bookes, både enkeltvis og i ferdige pakker. (...) I tillegg til å utvikle helårsturisme, må det også tilrettelegges for aktiviteter som gjør at gjestene blir her lenger når de kommer. Det bør utvikles flere aktiviteter/turer som er et «must» å få med seg, slik at de forlenger oppholdet sitt. Både for belastning på natur, lokalbefolkning og næring vil dette være positivt. Ved å forlenge oppholdet vil også gjestene oppleve mer og reise mindre*» (Visit Nordvest et al. 2020).

Funnene i empirien viser at det er representanter fra de store næringsaktørene som responderer i retning av den økonomiske levedyktigheten i forbindelse med bærekraftig utvikling av reiselivet. Det tydeliggjøres at dersom det tilrettelegges for en stoppeffekt og

årsak til å bli værende i Rauma over flere dager, skapes det en mer effektiv turisme som gir større fortjeneste.

5.3.2 Det miljømessige perspektiv

Det miljømessige perspektiv er opptatt av å beskytte naturen og den lokale kulturen. De siste årene har reiselivet i Rauma vært preget av debatten om bygging av gondol fra sentrum av Åndalsnes til toppen av byfjellet Nesaksla, med tilhørende fasiliteter på toppen. I den samme periode har det blitt søkt om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi. Det har med andre ord vært ønskelig med to ulike tiltak for samme fjell. Rauma kommune vedtok i 2019 at det kunne bygges gondol fra sentrum til toppen av Nesaksla, samtidig som det ble arbeidet med en søknad til Miljødepartementet om Nasjonal turiststi over Romsdalseggen. Gondolen i seg selv er et inngrep i naturen, og den har delvis basert inntektsgrunnlaget på cruiseturisme. Dette har ført til at mange av argumentene for å ikke gjennomføre bygging av gondol, er basert på klimautslipp fra cruiseskip. Leder for Miljøpartiet De Grønne, Geir Klepaker, belyser sine tanker om utviklingen av reiselivet slik: *«Dette er en av de viktigste valgene Rauma kommer til å ta på mange år. Det er viktig å tenke globalt og ikke bare lokalt når vi nå skal velge. FN sin klimarapport sier at vi må gjøre drastiske endringer i tiden som kommer for å kunne begrense den globale oppvarmingen. Rauma bør derfor se sitt ansvar og velge turisme som støtter FN sin klimarapport og forpliktelsene Norge har gjort via Parisavtalen. Vi bør velge å bli en aktivitetsdestinasjon som er basert på miljøvennlige tilbud, samt å satse på kortreiste turister. Det hjelper lite hvis tilbudet har små fotavtrykk lokalt hvis de er rettet mot turister som kommer fra andre siden av kloden eller via cruise»* (Miljøpartiet de grønne 2018).

Han belyser videre hvorfor det ikke er ønskelig med bygging av Gondol:

«Mye av inntektsgrunnlaget er basert på cruiseturister. Cruiseturisten gir en av de største fotavtrykket av alle turister og må unngås. Aksla og Rampestreken har blitt et populært turmål som veldig mange av våre turister ønsker å besøke. Det er for de fleste en stor bragd å gå opp både for stor og små, og turen er ofte et mål i seg selv» (Miljøpartiet de grønne 2018).

Etter en omstridt diskusjon i kommunestyret ble reguleringsplanen som godkjenner bygging av gondol, vedtatt med 22 mot 5 stemmer. Geir Klepaker var en av de som stemte mot og uttalte i ettertid at *«cruiseturisme er versting i masseturismen. Nå satser Rauma på*

masseturisme og økt cruisetrafikk, og neglisjerer dermed forpliktelsene kommunen har for å redusere klimautslipp og klimaavtrykk» .

Politiker for SV og fjellfører i Rauma, var en av de andre som stemte mot når gondolen ble vedtatt i kommunestyret, og begrunner det slik: *«Med de miljø- og klimautfordringene vi står overfor, så trengs det grundige endringer i måten vi styrer turismen på. Det kommer til å komme lovendringer og adferdsendringer som følge av at den globale økonomien skal kutte 45 % CO₂ innen 2030, og være karbonnøytral i 2050. Det er naivt å tro at Norge ikke blir påvirket av dette, på samme måte som Rauma blir det. Siste rapport fra NHO Reiseliv viser en økning i klimagassutslipp på over 30 % på 6 år. Det er klar beskjed; fremtiden MÅ være grønnere. Likevel vedtar politikerne i Rauma bygging av en gondol som må mates med cruiseturister. Vi skjønner vel alle at det er vanskelig å si nei til gjester når gondolen først er oppe. Romsdalen AS, på sin side, holder fast på sin «bærekraftimage», og vi er mange som er spente på hvordan dette skal fylles med troverdig innhold. Fremdeles er det mange som klamrer seg til denne utdaterte idéen; å bruke antall turister som målestANDARD for suksess. Vekst og utvikling, snakker alle om. Men det finnes mange måter å vokse på, og Romsdalen har frem til nå hatt muligheten til å ta posisjonen som bærekraftig destinasjon. En destinasjon som kunne markert seg som et grønt forbilde for mennesker som vil komme til Rauma for å lære» (Siem 2019).*

Stein P. Aasheim er en annen fjellfører som mener at bygging av gondol i forbindelse med utviklingen av reiselivet, er *«et hån mot alt som har med bærekraft, grønne verdier og miljøbevissthet»*. Dette begrunner han blant annet med at *«Miljødirektoratet har stoppet arbeidet med å gi Romsdalseggen status som Nasjonal Turiststi. Det blir interessant å se hvilken vei naturgledekommunen Rauma går, hvis de må velge mellom Nasjonal turiststi eller cruise/gondolbasert spa-turisme» (Aasheim 2019)*. I et leserinnlegg stiller han noen spørsmål om prosessen rundt bygging av gondol, til Romsdalsgondolen AS. Ifølge han selv kan han følge med på byggeprosessen på Nesaksla fra kjøkkenvinduet sitt, og får med seg hvert eneste helikopterløft. I denne forbindelse lurer han på *«Hvor mange tusen helikoptertimer som inngår i «å bygge etter bærekraft prinsippene»? Han lurer også på om hvorfor gondolen er bygget slik at kommende generasjoner kan fjerne installasjonene og ønsker svar på «om Romsdalsgondolen og dens eiere allerede nå ser at uberørt natur og bærekraftig opplevelsesturisme kan komme til å bli prioritert framfor kortsiktig profitt og*

masseturisme? Er det derfor det tilrettelegges for at fremtidige generasjoner vil ønske å fjerne hele gondolen?» (Aasheim 2021).

Både Oddbjørn Vassli og Pål R. Amundsen representerer Romsdalen AS på ulike tidspunkt. De har på begge begrunnet at det miljømessige perspektivet i bærekraft ivaretas ved at det ikke skal gjøres store inngrep i naturen ved bygging av gondolen. Det ble ikke laget anleggsvei til toppunktet på Nesaksla, men montert en midlertidig taubane for anleggsperioden frem til gondolen kunne tas i bruk til frakt av materiale og utstyr. De har begge ytret at infrastruktur som vann, avløp og strøm skal framføres gjennom et hull inne i fjellet. Denne tunellen skal også benyttes til oppvarming. Dette begrunnes i prinsippene om sporløs utbygging, som vil innebære en optimal plassering i terrenget, og at anlegget i stor grad står på jernstolper med punktvis fundamentering. Lette og miljøvennlige materialer brukes både utendørs og innendørs. De sier også at driften av gondolen skal miljø sertifiseres fra dag en.

Det vises til at bærekraftig utvikling i et miljømessig perspektiv, betyr minst mulig inngrep i terrenget, da Pål R. Amundsen sier at *«Det blir reversible installasjoner på toppen av Nesaksla hvor betong erstattes av limtrerammer i massivt tre. Mange av byggeklossene settes sammen nede, og fraktes opp til toppen med helikopter. Det er ikke laget anleggsvei, og de har montert en midlertidig kran på toppen for å redusere helikoptertrafikken»* (Amundsen 2021).

Rauma med sine flotte fjell, har naturlig mange fjellglade mennesker. Deriblant er det en del som arbeider som fjellførere. Fjellførerne guider flere tusen gjester i Romsdalsfjellene hvert år, også over Romsdalseggen. De mener det er *«denne bruken av fjellene, gjennom årtier, som har skapt den merkevaren som Romsdalen har i dag. Det er en arena for friluftsliv, fjellsport, vandreturer og opplevelsesaktiviteter»* (Utemagasinet 2019). Dette begrunner de med at: *«Romsdalseggen er selve publikumsmagneten, og i løpet av kort tid har slitasje, dopapir og kø blitt den største utfordringen. Utfordringen på Romsdalseggen er ikke hvordan vi skal greie å senke "bruker-terskelen" og presse turister inn i køen som ellers ikke ville ha vært der. Det er etter vår oppfatning innlysende at en gondolbane med endestasjon og hotellanlegg midt på Romsdalseggen vil føre til en dramatisk endring av Romsdalseggen som naturopplevelse. Norsk Tindesenter er med på gondolplanene, og styres av interesser som står fjernt fra de aktivitetene som et tindesenter skal representere:*

fjellklatring, tindebestigning, sporløs ferdsel, vågemot og mestringsglede i vill natur. En gondol til toppen av Nesaksla motstrider den merkevaren som Rauma har bygget opp. Norsk Tindesenter, kulturen og verdiene det hviler på, har sklidd fra hverandre. Romsdalseggen kunne blitt selve grunnmuren og motoren i natur- og opplevelsesbasert reiseliv i Rauma, men ikke med Gondol» (Utemagasinet 2019)

I debatten om gondolbygging i Rauma har Norsk Friluftsliv sendt en høringsuttalelse til Rauma kommune, hvor de advarer mot gondolplanene. Denne er signert av fagsjef for naturforvaltning i Norsk Friluftsliv, Hans Erik Lerkelund, og begrunnes slik:

«Rauma er en kommune med mye verdifull uberørt natur og med et særdeles stort potensial for bærekraftige opplevelser. Vi kan derfor ikke se behovet for en gondolbane til Nesaksla hverken i et friluftslivs-, natur- eller klimaperspektiv, og vil på det sterkeste advare mot å realisere denne planen» (Norsk Friluftsliv 2019).

Han poengterer videre at gondolbyggingen er i strid med bærekraftig utvikling: *«Som det slås fast i FNs nyeste klimarapport, er vår stadige bit-for-bit-nedbygging av naturen en vesentlig årsak til klimaendringer som igjen truer eksistensgrunnlaget for våre barn og barnebarn. Det er sterkt kritikkverdig at kommunen ikke har vurdert hvilke konsekvenser dette prosjektet vil ha for klima og bærekraft. Tiltaket kan styrke Åndalsnes om cruisedestinasjon, men dette vil være i strid med en bærekraftig utvikling. (...) Rauma kommune må ta et valg om de ønsker å være verdens beste kommune for naturglade mennesker, eller om de vil satse på masseturisme, som cruiseturisme og liknende, og som vil medføre store klimabelastninger og en ikke-bærekraftig utvikling» (Norsk Friluftsliv 2019).*

Romsdalsentusiast, Trygve Sunde Kolderup, skriver i sitt leserinnlegg at *«Det er et paradoks at samtidig som Åndalsnes går inn i en prosess der de skal sertifiseres av Innovasjon Norge som «bærekraftig reisemål», settes det i gang omfattende investeringer som vil ødelegge natur, forringe etablerte, velfungerende attraksjoner og som må tiltrekke seg langveisfarende cruisepassasjerer for å kunne gi aksjonærene avkastning. (...) Å bygge gondol og spa-hotell på Romsdalseggen vil være hinsides det bærekraft en gang var ment å bety» (Kolderup 2019).*

Dette samsvarer med at prosjektleder for bærekraftig reisemålsutvikling i Rauma valgte å trekke seg fra stillingen da gondolplanene ble lagt inn i handlingsplanen. Hun mener hun

ikke kan fortsette i stillingen på et faglig grunnlag, og begrunner det med at hun hadde en intensjon om å bidra til at Rauma fikk et mer bærekraftig reiseliv. Hun ville bidra til de globale utfordringene, og mente at det også ville lønne seg for reiselivsnæringen i Rauma og for de som bor der. Hun sier at «Jeg gjorde det også klart at bygging av gondolbane og økt cruisesatsing på rent faglig grunnlag, selvsagt ikke var noe jeg kunne innlemme i prosjektet bærekraftig reisemål. En forutsetning for å ville ta jobben, var at jeg skulle arbeide for å gjøre Rauma mer bærekraftig økonomisk, sosialt og miljømessig slik definisjonen av bærekraft er. (...) Paradokset er svimlende: Ingen er tjent med å merke Rauma som et bærekraftig reisemål samtidig som det unike reiselivsproduktet Romsdalseggen blir merket av en gondolbane som i stor grad er basert på cruiseturister. Cruisedobling og gondol vil totalt sett ha så omfattende innvirkning på reiselivet i Rauma, at merkeordningen vil bli gjennomskuet som: typisk grønnvasking av «business as usual», med økte naturinngrep og fossile utslipp. Jeg kan ikke stå inne for å jobbe med en bærekraftig merkeordning i Rauma, samtidig som destinasjonen kjører et parallelt løp med motsatt fortegn.(Rødstøl 2019a) (...) Innovasjon Norge bør sette grenser for hva en destinasjon kan foreta seg i motsatt retning av bærekraft, samtidig som de er en del av merkeordningen (Rødstøl 2019b) (...) Dersom man baserer seg på cruiseturisme, og det ødelegger sjansene for at Romsdalseggen blir nasjonal turiststi, så er det ikke bærekraftig. Jeg har stor tro på Rauma og den merkevaren vi har bygget opp rundt naturglede. Min drøm hadde vært at kommunen tok en tydelig posisjon som den grønne destinasjonen og sa nei til masseturismen. Det tror jeg hadde blitt suksess både for næringen og for oss som bor her» (Olsen 2019).

Innovasjon Norge forsøker å klare opp i hva merkeordningen for Bærekraftig reiseliv er, og sier at «det er en del misforståelser i forbindelse med hva merkeordningen egentlig er. Merkeordningen er et verktøy som forsøker å operasjonalisere bærekraft i reiselivet. Reisemål som godkjennes er ikke bærekraftige, men de må dokumentere resultater over tid om at økt bærekraft i reiselivet jobbes med og er et mål for destinasjonen. Det er således ikke en premie eller en dom, men et verktøy. Standarden som reisemålene måles opp mot, revideres jevnlig, og er basert på de 104 indikatorene som kartlegger og dokumenterer status innen miljø, samfunn og økonomi. Utslipp til luft (klimautslipp) inngår i miljøet. Dette gir reiselivet mulighet til å måle og styre utviklingen sin» (Pettersen 2019).

Miljødirektoratet på sin side ville ikke gi Romsdalseggen autorisasjon som Nasjonal turiststi, grunnet planer om gondol. Dette begrunnet de med usikkerhet i hvordan Romsdalseggen som produkt blir påvirket av gondolen. De vektlegger at naturen skal være i sentrum som hovedattraksjon på de Nasjonale turiststiene, og at de vil avvente utviklingen før de tar stilling til om Romsdalseggen kan vurderes som Nasjonal turiststi. Bakgrunnen for avslaget var planene om bygging av gondol og den påvirkning et slikt tiltak vil ha for ferdsel og opplevelse på den aktuelle stien.

I kommunens sakspapir for vedtaket av gondolen, viser det seg at ulike aktører har merknader til prosjektet, av både miljømessige og samfunnsmessige årsaker. Fylkesmannen i Møre og Romsdal, har følgende merknad: *«Mangelfull konsekvensutredning; opplevelsesverdien basert på urørt fjellandskap er ikke nevnt. Den omfattende utbyggelsen på Nesaksla vil privatisere og forringe de regionale og nasjonale friluftinteressene og endre landskapet i vesentlig grad. Planen må synliggjøre registreringene av hønehawk og vandrefalk, og det må gjøres en vurdering av konsekvenser for disse artene. Det må dokumenteres tilstrekkelig trygghet mot skred»* (Rauma Kommune 2019).

Møre og Romsdal fylkeskommune hadde også merknader til gondolbygging: *«Konsekvensutredningen er mangelfull og bygger på feil 0-alternativ. Utilstrekkelig utredelse og sikring av jernbanestasjonen som kulturminne. Manglende utredelser av konsekvenser ved økt folkemengder i sentrum og på Nesaksla. Virkninger av tiltaket på friluftslivet og den urørte naturen, samt økt trafikk over Romsdalseggen»* (Rauma Kommune 2019).

Debatten om utviklingen av reiselivet i Rauma, kan for en utestående forstås som en diskusjon om gondol eller Nasjonal turiststi. Samtidig inkluderer diskusjonen om en ønsker å satse på cruiseturisme. Reiselivssjef i Rauma, Hilde Gråberg Bakke, uttaler at *«Hvis Rauma-samfunnet ikke ønsker cruiseanløp hit, så er jeg helt sikker på at vi kommer til å lykkes med aktivitetsturisme. Rauma har mange bein å stå på, men det er ønskelig med cruiseturisme på grunn av volumprodukt aktørene som serveringsstedet på Trollstigen, Norsk Tindesenter, Raumabanen og besøkscenteret ved Trollveggen. Jeg tror framtidens cruisegjester vil velge rederi som er mest mulig miljøvennlige, og har en mest mulig bærekraftig produksjon»* (Lothe 2018b).

Ifølge Rauma kommunes visjon skal de være «*Verdens beste kommune for naturglade mennesker*». Denne visjonen begrunner at de forplikter seg til å ta vare på natur og omgivelsene. Leder for Norsk Tindesenter, Anita Vik Buckley, mener at «*Folk kommer hit fordi det er rent og urørt, samtidig som det er tilrettelagt. Det produktet vil bli ødelagt om man ikke har kontroll. Og alt dette er sammenliknbart; bevaring vil føre til at vi fortsatt har noe å selge, som igjen vil kunne føre mye positivt med seg, som for eksempel helårsarbeidsplasser og tilflytting av fjellkompetanse. (...) Vi har så mange muligheter, og det trenger ikke være så avansert. Folk ønsker seg det unike, de ønsker å lære noe, å oppleve noe som gjør at de endrer måten å tenke på når de kommer hjem. En kort vintervandrerute på toppen av Nesaksla, vintertur over Romsdalseggen med guide, snøhuleovernatting på Nesaksla er eksempler. Vi trenger ikke økning på sommeren. Fokuset bør være på å utvikle vinteraktiviteter*» (Lothe 2019).

I etterkant av debatten om gondolen, ser man at det jobbes for en bærekraftig utvikling på flere hold. Dette har nok kommet litt i skyggen av den større debatten, men er minst like viktig for reiselivet. Blant annet har Lensmannsgarden i Innfjorden er blitt sertifisert som Miljøfyrtårn. En merkeordning for bedrifter som *dokumenterer sin miljøinnsats og viser samfunnsansvar*. Det er flere andre bedrifter som er startet samme prosess, og ordføreren i kommunen, Yvonne Wold, håper flere vil gjøre som Lensmannsgarden, og bli sertifisert som Miljøfyrtårn, da dette bidrar til at Rauma kan nå sine mål om å bli et bærekraftig reisemål. Nordveggen har tatt ett annet initiativ til grønn turisme i Rauma, ved å ha et nettverk av elsykler som et tilbud for opplevelser i Romsdalen. Målet med tiltaket er å bidra til at opplevelser på elsykkel skal skyte fart og å skape et lavterskeltilbud innen naturbasert reiseliv, som igjen kan bidra til å forlenge turisternes opphold i Rauma.

Det er tydelig at ulike aktører i Raumas reiseliv har ønske om å ivareta miljøet, både av hensyn til den globale klimautfordringen, men også for å ivareta det Rauma er kjent for, lokalsamfunnet og tradisjoner. Personer som benytter fjellene mye, retter oppmerksomhet på slitasje i stier, sårbare naturmiljøer og ønske om å unngå erosjon og skader mens utviklere av reiselivet ønsker flest mulig turister i et økonomisk perspektiv. Debatten kan synes å ha delte meninger om hvordan man best kan ivareta grunnlaget for utviklingen av reiselivet i Rauma.

5.3.3 Det samfunnsmessige perspektivet

Den sosiale dimensjonen omhandler organisasjoners effekt på mennesket, både internt og eksternt. Det eksterne omhandler virksomhetens ringvirkninger i samfunnet, og hvordan den kan bidra til å forbedre livskvaliteten til menneskene. Påvirkning på trivsel, sysselsetting i form av ansettelse av lokal arbeidskraft som igjen muliggjør bosetting i mindre sentrale områder/ i distriktet og påvirkning på de som besøker destinasjonen står sentralt i denne dimensjonen av bærekraft. Sosial kapital blir etablert når det er tilstrekkelig tillit i et samfunn, som bidrar til at det arbeides for en felles sak, eller i en felles retning. Organisasjoner som opererer med tilstrekkelig tillit og sosial kapital, vil ifølge Elkington bidra til sosial bærekraft.

Det samfunnsmessige perspektivet skal med andre ord sørge for at det sosiokulturelle i vertsamfunnet respekteres, samt at kulturarv og tradisjonelle verdier ivaretas. Dette inkluderer hvordan det er å bo i en destinasjon som også tilrettelegger for reiselivsutvikling. I en artikkel som omhandler invitasjon til debatt om utviklingen av reiselivet i Rauma, belyser daværende leder for Romsdalen AS, Oddbjørn Vassli, at hvordan reiselivet utvikles vil ha betydning for hvordan det er å bo i Rauma. I forbindelse med at han oppfordret flest mulig til å delta i debatten, stilte han følgende spørsmål til lokalbefolkningen: *«Er det slik at vi ønsker å tredoble antall turister her? Det må vi vite før vi kommer i en Geiranger-situasjon. I avisene kan vi lese om forurensing og bærekraft. Hvor sterkt ønsker vi veksten, og hvilke premisser skal ligge i bunn? Hvor mye av fjella er folk villige til å dele med turistene? Når det gjelder reiseliv, er ting vi gjør irreversibelt. Man kan ikke ta det ned igjen etterpå. Rauma er en liten kommune, men reiselivsnæringen er verdensomspennende. Hvis man dobler antall turister i Rauma, vil det påvirke livet til Raumaværingene. Det er derfor viktig at raumaværingene liker turistene, og at turistene føler seg likt. Utviklinga av reiselivet vil påvirke graden av turistifiseringen av Rauma, av hva vi skal leve av, og hvordan det er å bo her»* (Lothe 2018a).

Dette kan sees i en sammenheng hvor turisme legitimeres for å nå et større gode; det gir uttrykk for at lokalbefolkningens meninger har noe å si for fremtiden, og det å sikre en bedre livsstil i lokalsamfunnet. Det kan se ut som at det ikke handler om fortjeneste og å tilfredsstille turistenes behov, men å oppnå en kollektiv velferd og solidaritet.

Sett i perspektiv med leserinnleggene som ble publisert i lokal avisen i ettertid av den planlagte debatten, kan man stille spørsmål vedrørende om uttalelsene til Vassli egentlig støtter det samfunnmessige perspektivet i en bærekraftig utvikling. Deltagere som møtte til debatten, viser til at invitasjonen var et *«spill for galleriet»*. De fleste begrunnet dette i et miljømessig perspektiv, men fjellfører Stein P. Aasheim uttrykket ønske om *«engasjement rundt hvorvidt dagens kurs for turistsatsing i Rauma er forenlig med den bygda folk ønsker å leve i»* (Aasheim 2018). I stedet for en debatt, ble de som møtte opp informert om gondolplanene, og det var ikke rom for diskusjon eller den debatten de ble lovet i invitasjonen. Aasheim skriver videre at *«Gjestene på Hotell Aak er besøkende som går over Romsdalseggen, og som blir værende i mange netter og bruker penger på å spise kortreist mat i restauranten. Det er disse gjestene en ønsker i Norge»*.

I forbindelse med bygging av gondolen, sier Pål R. Amundsen, Daglig leder i Romsdalen AS, at den sosiale dimensjonen innen bærekraft er ivaretatt, ved at *«det er valgt lokale leverandører, for at mest mulig av verdiskapningen skal skje lokalt. Som fellesgoder kan det nevnes at ved åpningen av gondolen blir det døgnåpne toalett både ved fjell stasjonen og ved fjordstasjonen, samt etablering av stinett på toppen av Nesaksla. Romsdalen AS er også opptatt av å etablere attraktive lokale arbeidsplasser, noe som er positivt for lokalmiljøet og ikke minst kjærkommen verdiskapning for kommunen»* (Amundsen 2021). Romsdalsgondolen er ifølge utbyggere bygget etter bærekraftige prinsipper, og installasjonene kan fjernes uten synlige sår i terrenget i fremtiden dersom det skulle bli ønsket om det. Fjellfører, Stein P. Aasheim, stiller spørsmål vedrørende eventuell fjerning av gondolen, og lurer på *«Hvem som skal ta kostnaden med demonteringen?»* Han poengterer at *«å overlate til kommende generasjoner å stå for oppryddingen, er det motsatte av bærekraft»* (Aasheim 2021).

En begrunnelse for å bygge gondol i Rauma ved økt satsing på turisme, kan sees som et potensiale for økt innbyggervelferd og samfunnsutvikling. Basert på historien til Rauma som en destinasjon med majestetiske fjell og laksefiske, har turisme vært en del av samfunnet på sommerhalvåret over lang tid. I en orientering til Miljødirektoratet, belyser mange av fjellførerne i Rauma at utbyggerne av gondolen mener det ikke finnes motsigelser mot naturinngrepet som bygging av gondolplanene medfører. De mener dette vitner om dårlig innsikt i lokalmiljøet, og at det er stor avstand mellom gondolaktivistene og brukerne av romsdalsfjellene. De skriver at *«I den fjell- og friluftsiinteresserte del av*

Romsdalen er det tvert imot en massiv motstand mot gondolplanene og prosessen som nå kjøres for å realisere den» (Utemagasinet 2019).

Tindesenteret har utarbeidet en besøksstrategi i forbindelse med søknad om å få Romsdalseggen autorisert som nasjonal turiststi. Ut fra veksten i turismen, sett i et globalt lys, tror Anita Vik Buckley at veksten vil komme til Romsdalen også. Hun sier at *«det gjelder å være forberedt slik at man ikke ender i situasjoner som i Lofoten. Det viktigste med strategien for Romsdalseggen er at den skal fungere som en bærekraftig utviklingsplan, både med tanke på lokal verdiskapning, miljø- og naturverdier, og som en forankring i lokalmiljøet»* (Lothe 2019).

Uttalelsene kan sees i retning av at turismen kommer «velferdsregimet» til gode. Det er et felles ønske om å unngå overturisme, og trekke til seg definerte former for turister. I handlingsplanen for bærekraftig reisemålsutvikling fremkommer det at det skal gjennomføres undersøkelser blant både innbyggerne, gjestene og bedriftene. Tilrettelegging for gode opplevelser skal gjøres gjennom fellesgoder som løsning for søppelhåndtering og toalettfasiliteter på steder med mye besøk, vedlikehold av stier, friluftsområder. Det planlegges også risikoanalyse med brann-, politi- og helsepersonell. Flere aktører viser til at økt turisme på Nesaksla kan føre til mer vandring over Romsdalseggen i motsatt retning. Dette og umerkede stier eller lite informasjon om turer kan resultere i flere redningsaksjoner.

6.0 Drøfting

I dette kapitlet vil jeg gå nærmere inn på de tre forskningsspørsmålene om hvilke institusjonelle logikker som er dominerende hos de ulike reiselivsaktørene i Rauma, om de institusjonelle logikkene er compatible- eller konkurrerende, og hvordan eventuelle konflikter mellom ulike institusjonelle logikker håndteres. Jeg drøfter funnene som jeg presenterte i kapitlet over, basert på teorien jeg tidligere har vært inne på. Dette begrunnes med at hovedfokus i studien min er å undersøke hvordan ulike interessenter forstår bærekraftig reiseliv basert på sine institusjonelle logikker.

6.1 Dominerende institusjonelle logikker hos reiselivsaktørene

DiMaggio and Powell (2016) omtaler organisasjonsfelt som et sett av organisasjoner som utgjør et anerkjent område av institusjonelt liv. I reiselivet i Rauma gjenspeiles dette av de ulike reiselivsaktørene, fjellfarere, Rauma kommune, Fylkesmannen i Møre og Romsdal og Fylkeskommunen. Tilsvarende er lokalbefolkning, besøkende og andre interessenter, som blant andre Norsk friluftsliv, også en del av organisasjonsfeltet. Rauma viser seg som en destinasjon hvor utviklingen avhenger av økonomiske og markedsbaserte vurderinger, så vel som politiske prosesser hvor ulike organisasjoner og aktører diskuterer den lokale økonomiske aktiviteten. De som ønsker å utvikle reiselivet er således avhengig av å inkludere mange interessenter for å kunne legitimere sine beslutninger. Innen et organisasjonsfelt eksisterer visse rasjonalitetsstandarder, som er antagelser av hva som er rasjonelt og fornuftig. Logikker er viktige teoretiske verktøy fordi de forklarer hva som skaper fellesskapsfølelse og samhold innenfor et organisasjonsfelt. De institusjonelle logikker er verdier og normer som styrer hva vi anser som legitimt og akseptabelt. All handling krever legitimering som er en form for rettfærdiggjøring eller begrunnelse. I dette caset har vi sett at de større reiselivsaktørene har involvert seg med nasjonale organ, både i form av arbeid mot å få merket som bærekraftig reisemål, og søknad om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi. Tilsynelatende støtter begge disse tiltakene lokalsamfunnets forventninger, som også er i tråd med kommunens visjon. Det er først når planene om Romsdalsgondolen blir kjent, at ulike aktører uttrykker sine meninger om at dette ikke er i samsvar med forventningene til en bærekraftig utvikling av reiselivet. Det er med andre ord gondolprosjektet som får frem de ulike tolkningene av bærekraftsbegrepet.

Funnene i denne studien viser at aktører i Rauma begrunner bærekraft ved å referere til de tre bærekraftsdimensjonene miljø, samfunn og økonomi. Videre så jeg at argumentene og utsagnene hovedsakelig ble begrunnet i økonomisk vekst eller vern om miljøet.

Tilsynelatende legitimerer de ulike aktørene sine synspunkter i tråd med hva som betyr noe, er verdig og verdifullt for dem basert på deres normer. Jeg har definert deres institusjonelle logikker i henhold til økonomiske verdier og vern om miljøet når jeg ser på hvilke institusjonelle logikker som er dominerende hos de ulike aktørene. Det er ganske klart hva som betyr noe for de ulike aktørene når de fremsnakker og nedsnakker de ulike tiltakene som iverksettes for å utvikle reiselivet. Disse tiltakene og aktørenes verdier skaper debatt, uenighet og diskusjoner i det lokale mediebildet. Mediebildet vil imidlertid aldri gi et komplett syn på hva som er aktørers komplette institusjonelle logikk, da de kun viser konteksten meningen ytres i.

Caset viser at de ulike aktørene er uenige om hva som er en bærekraftig utvikling, noe som viser seg å komme av ulike interesser og verdier. Slik jeg ser det er de ulike aktørenes meninger om hva som er bærekraftig avhengig av hva aktørene vurderer som akseptabelt eller uakseptabelt i en gitt situasjon hvor det planlegges og bygges en gondol. Dette henger sammen med verdier og holdninger.

6.1.1 Økonomisk bærekraft

I følge Elkingtons teori om den tredelte bunnlinje, blir den økonomiske dimensjonen synliggjort ved hjelp av måling av økonomiske resultater. Dette omhandler lønnsomhet for organisasjonene i seg selv og organisasjonens økonomiske påvirkning på samfunnet. Han mener at alle bedrifter har et ansvar når det kommer til en bærekraftig økonomi, ved at de må legge til rette for lønnsom drift, lokale arbeidsplasser og betale skatter og avgifter til samfunnet.

Personer som representerer de større reiselivsaktørene Romsdalen AS, Romsdal Reiseliv og Handel og Visit Nordvest er først og fremst opptatt av å økonomiske verdier når de omtaler bærekraft. Argumenter som «*Målet for reiselivsnæringen bør være å øke omsetning per turist i området betydelig*» og «*Vi mener at den største bærekraftutfordringen Romsdalen har, er at en millioner turister årlig i området, bare legger igjen 100 kroner i snitt*» vitner om dette. De uttaler at muligheten for å øke

verdskapningen henger sammen med å tilrettelegge for at besøkende kan legge igjen mest mulig penger i deres destinasjon. Den dominerende logikken blant disse aktørene kan derfor oppfattes som å være av økonomisk karakter, til tross for at de blant annet også uttaler at *«utviklingen av næringen skal legge til rette for levedyktige lokalsamfunn med gode og stabile arbeidsplasser, samtidig som miljøperspektivet ivaretas»*.

Miljøperspektivet begrunnes hovedsakelig i mest mulig sporløs utbygging, og det samfunnsmessige perspektivet begrunnes i gevinst med flere offentlige toalett. Disse er ikke like mye omtalt, og kommer ofte i skyggen av de økonomiske argumenter. De økonomiske verdiene bekreftes gjennom revidert strategivisjon for reiselivsnæringen, hvor det står at målet er *«å få flere gjester til å komme til Rauma gjennom hele året – Få gjestene til å bli lenger – Få gjestene til å legge igjen mer penger»*.

6.1.2 Miljømessig bærekraft

Den miljømessige dimensjonen av den tredelte bunnlinjen er rettet mot virksomhetens innvirkning på miljøet og planeten. Her identifiseres miljørelaterte gevinster og kostnader for å synliggjøre virksomhetens miljøbelastning. En organisasjons forhold til håndtering av råvarer, materialer, energiforbruk, avfallshåndtering og transport er momenter som inngår i den miljømessige dimensjonen. Et eksempel jeg har referert til i teori om den tredelte bunnlinje, er at cruiseturismen opplever større utfordringer ved å redusere miljøpåvirkningen siden de har høyere utslipp av CO₂ enn andre næringer.

Ulike fjellførere har uttalt seg i media om det som skjer innen utviklingen av reiselivet i Rauma, spesielt i forbindelse med gondolplanene. Disse ser jeg på som mindre aktører, da de ikke er organisert som større næringsaktører. Fjellførerne snakker om seg selv som brukerne av Romsdalsfjellene, og legger omsorg for miljøet i argumentene sine, på lik linje som friluftsgesellskapet gjør. De uttrykker bekymring for slitasje, forsøpling og inngrep i naturen når de argumenterer mot tiltak som eksempelvis Romsdalsgondolen. I leserinnlegg i lokalavisen legitimerer disse aktørene sin forståelse av bærekraft i et miljøperspektiv ved å referere til et ønske om natur- og opplevelsesbasert reiseliv i kommunen. Det er urørt natur, og ikke ødelagt natur som er bærekraftig. En bit-for-bit nedbygging av naturen, fører til klimaendringer og endring i natur- og artsmangfold. Fjellførerne viser til at kommunen har et ansvar for å nå de nasjonale og internasjonale klimamålene, og at en gondol som må mates med cruiseturister er det motsatte av

bærekraft. Når det uttrykkes bekymring rundt utviklingen av reiselivet, når tiltak er basert på avhengighet av cruiseturisme, vitner det om bekymring for miljøet i et større perspektiv. Tilsvarende er det noen aktører som ikke ønsker gondol da denne setter en stopper for å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi, grunnet svekket opplevelsesverdi i fjellet og inngrep i naturen. Dette på sin side begrunnes i slitasje, kø og toalettpapir som forringer opplevelsen og tryggheten i fjellet.

Tidligere prosjektleder for bærekraftig reiselivsutvikling i Rauma, valgte også å trekke seg fra stillingen da gondolplanene ble inkludert i handlingsplanen. Denne handlingen legitimerer hun med at behovet for cruiseturisme og inngrep i naturen er det motsatte av hennes forståelse av bærekraft. Til tross for at romsdalsgondolen nå er bygget og baserer en del av forventet inntjeningsgrunnlag på cruiseturisme, har Innovasjon Norge godkjent fase 1 i merkeordningen for bærekraftig reisemål. Innovasjon Norge er med på å sette nasjonale reguleringen for hva som skal til for å kunne merkes som en bærekraftig reiselivsdestinasjon. I debatten om en gondol bidrar til bærekraftig utvikling eller ikke, er det underlig at det er så lite publisitet rundt hvilke kriterier som må til for å kunne oppfattes som bærekraftig av statlige organ som Innovasjon Norge. Så vidt jeg kunne finne, har de ikke ytret meninger om at en gondol fører utviklingen i motsatt retning av bærekraft selv om den støtter både cruiseturisme og potensiell masseturisme, samtidig som den er et inngrep i naturen. Det er vanskelig å vite hvordan de legitimerer sine vurderinger, når de ikke har ytret noe om det annet enn at merket for bærekraftig reisemål er et verktøy og ikke en medalje.

6.1.3 Dominerende logikker

Slik jeg observerer aktørenes ytringer, foregår diskusjoner mellom de store reiselivsaktørene og brukerne av fjellene i Romsdalen. Det har blitt en debatt som omhandler om man skal verne- eller utnytte naturressursene. I kommunen for naturglade mennesker er det ulik forståelse av hva som er naturglede. I ordets rette forstand betyr naturglede, glede over naturen. De større reiselivsaktørene benytter ordet naturglede med hensikt om å tilrettelegge for at mennesker som ikke kommer seg til toppen av fjellet for egen maskin, også kan nyte naturen, utsikten og turstinnettverket som planlegges på toppen av Nesaksla. På den andre side skaper naturglede forventninger om å verne naturressursene, og det er derfor ikke unaturlig at tiltak som skaper endringer møter

motstand uten at de må legitimeres. I Rauma ser man at gondol på sin side betyr inngrep i naturen og klimagassutslipp grunnet behov for cruiseturister. Dette kan oppleves som endring av struktur i sosiale handlinger, og må legitimeres av aktørene. Spørsmålene og kritikken fra brukerne av fjellene vitner om dette. Nasjonal turiststi på den andre siden trenger ikke legitimeres, da den verner område på best mulig måte for å optimalisere opplevelsen for de besøkende, - lokal verdiskapning og ivaretagelse av naturverdiene. Begge tiltak er ønsket for samme fjell, noe som ikke ser ut til å være forenlig basert på ulike verdier. Likevel er det de større reiselivsaktørene, som også er involvert i prosjektet for bærekraftig reiselivsutvikling i Rauma, som legger strategiene for utviklingen og dermed har størst innflytelse på hvordan reiselivet skal utvikles, nå og i fremtiden. Innen organisasjonsfeltet som helhet kan man derfor anta at det er de økonomiske verdiene som er de mest dominerende.

6.2 Kompatible eller konkurrerende institusjonelle logikker?

Når flere institusjonelle logikker eksisterer i en organisasjon, kan det oppstå spenninger eller konflikt dersom logikkene er for ulike til å kombineres på en fornuftig måte. Det betyr at når konflikt og uenighet oppstår på et felt, kan dette skyldes at aktørene er preget av forskjellige institusjonelle ordener, med tilhørende logikker (Thornton, Ocasio, and Lounsbury 2012). Som jeg tidligere var inne på argumenterer Reay and Hinings (2009) for at flere konkurrerende logikker kan eksistere side om side innen samme organisasjonsfelt. I utviklingen av et bærekraftig reiseliv, er det mange aktører innen organisasjonsfeltet.

Funnene i studien viser at de miljømessige verdiene hovedsakelig handler om å sørge for å ivareta klima på best mulig måte ved å bidra til å nå nasjonale og internasjonale klimamål, samtidig som man opprettholder verdens natur- og arts mangfold. I dette caset har vi sett at reiselivsaktører i Rauma har arbeidet mot å få merket som bærekraftig reisemål, sendt søknad om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi, og bygget gondol. Nasjonal turiststi og en bærekraftig utvikling av reiselivet er tilsynelatende støttet av lokalsamfunnets forventninger. Det er først når planene om Romsdalsgondolen blir kjent, at ulike aktører uttrykker sine meninger om hva de mener er en bærekraftig utvikling av reiselivet. Det er med andre ord gondolprosjektet som får frem de ulike tolkningene av bærekraftsbegrepet, som viser seg som spenninger mellom aktørene. Det var to ønsker for samme fjell, og den ene beslutningen gikk på bekostning av den andre. Slik kan

økonomisk aktivitet tydes i retning av å være konkurrerende med ønsket om å vern av miljøet, da førstnevnte er basert på en utvikling som sørger for økt verdiskapning til tross for inngrep i naturen. De som argumenterer for naturen og vern av denne, ønsker også å ivareta de sosiale verdiene med tanke på muligheten for at lokalbefolkningen kan bidra til å forme hvordan det er å bo i Rauma i fremtiden. Sosiale verdier kommer ikke veldig tydelig frem i mediebildet, og slik debatten fremstår er det hovedsakelig to konkurrerende logikker som råder i Raumasamfunnet. De som ønsker at utviklingen av reiselivet skal gi størst mulig økonomisk vekst, ønsker en utvikling som raskt høster gevinster og mener en gondol vil gi naturopplevelser for flere som ellers ikke ville være i stand til å komme seg av egen maskin til toppen av Nesaksla. Cruiseturisme ønskes ikke av hensyn til klima, og det er ikke noen som dirkete snakker om faren for masseturisme som ofte henger sammen med cruiseturisme. Det er nevnt at en ikke ønsker tilstander som i Lofoten, Geiranger og Flåm, men det er ikke dette som vektlegges mest. I Rauma ønskes ikke cruiseturisme av hensyn til klimautslipp på den ene siden, men det ønskes grunnet mulig verdiskapning på den andre siden. Dette vitner om spenninger mellom logikken for miljøet og for økonomi. Fra de som ønsker å verne miljøet, er det ytret ønske om å basere utviklingen av reiselivet på kortreiste turister som blir værende over flere dager og spiser kortreist mat. Dette støtter bærekraftig utvikling med tanke på å ivareta lokal kultur og -tradisjon. Slik ser det ut som at den miljømessige verdien viser allsidighet ved et ønske om å ivareta de sosiale verdiene og de økonomiske verdiene så lenge de ikke går på bekostning av naturens bæreevne.

Hovedkonflikten i caset vises mellom de økonomiske og miljømessige verdiene, da konfrontasjon, diskusjon og debatt om bærekraftig utvikling synliggjøres som leserinnlegg rettet mot hverandre i lokalavisen. Til tross for at de større reiselivsaktørene forsvarer- og forklarer seg med ulike tiltak som bidrar til mer sporløs utbygging, så er det et ønske om å tjene mest mulig penger på reiselivet, som er dominerende for utviklingen. I ulike diskusjoner stiller de større reiselivsaktørene spørsmål om- og antyder at de som uttrykker miljømessige verdier ikke ønsker å dele fjellene med turistene. Dette avvises av miljøvernerne som i hovedsak er mennesker som guider besøkende på turer i fjellet, og viser frem hvilke natur Rauma har å by på. Det kan se ut som at konfliktene i samfunnet hovedsakelig omhandler inngrep- eller tilrettelegging i naturen. Den observerte debatten omhandlet i hovedsak Gondol eller Nasjonal turiststi.

Utviklingen av reiselivet i Rauma har både engasjement og oppslutning fra mange aktører, til tross for ulike institusjonelle logikker. Utfordringen deres er at de ikke er enige i hvilke verdier og tiltak som bidrar til en bærekraftig utvikling. De har ulik forståelse for hva som menes med kommunen for naturglade mennesker, og hvordan ivareta dette. De større reiselivsaktørene benytter naturglede i hensikt med å tilrettelegge for at mennesker som ikke kommer seg til toppen av fjellet for egen maskin, også kan nyte naturen, utsikten og turstinnettverket som planlegges på toppen av Nesaksla. Samtidig legger de til rette for å tjene mer penger på opplevelser for cruiseturister eller de som ellers ville kjørt forbi Åndalsnes. På den andre side skaper naturglede forventninger om å verne naturressursene, og det er derfor ikke unaturlig at tiltak som skaper endringer møter motstand uten at de må legitimeres. Dette skaper igjen diskusjon om hvilke turistsegmenter Rauma skal rette markedsføringen mot, gjennom diskusjonen om cruiseturisme eller aktivitetsbasert naturturisme. Denne diskusjonen er viktig, da menneskeheten står overfor en situasjon hvor menneskelig aktivitet truer naturen og betingelsene for liv på jorden. Hvordan reiselivet utvikler seg, og hvilke tiltak de gjennomfører, har betydning for om de kan bidra til å redusere de negative virkningene av menneskers økonomiske aktivitet. Beslutningene som tas må sees i lys av bærekraft, og det er viktig å stille spørsmålet om hvordan den gitte beslutning påvirker vårt felles miljø som spiller en rolle for fremtidig liv. De som ønsket gondolen fikk den og økt cruiseturisme inkludert i handlingsplanen for et bærekraftig reiseliv i Rauma, til tross for at kritikere mener at hverken gondol eller økt cruiseturisme kan sees på som bærekraftig med tanke på naturinngrep og klimautfordring. Dette gjør at man kan stille seg spørsmål om begrepet bærekraft er et skjold å gjemme seg bak, da det er for mange måter å forholde seg til begrepet på. Uansett viser analysen at de institusjonelle logikkene som råder innen reiselivet er konkurrerende og ikke kompatible i diskusjonen som har pågått i Rauma, når det er snakk om vern eller utnyttning av naturressurser basert på økonomisk aktivitet.

6.3 Konflikt håndtering mellom ulike institusjonelle logikker

De institusjonelle omgivelsene kjennetegner kulturen i området som studeres, og omhandler hvilke verdier, normer og forventninger som er av betydning for aktørene i en utviklingsprosess. I debatten om utviklingen av reiselivet i Rauma finner jeg at ulike aktører har ulike dominerende institusjonelle logikker. Reay and Hinings (2009) argumenterer imidlertid for at flere konkurrerende logikker kan leve side om side på

samme felt. Forskjellige aktører kan representere ulike institusjonelle logikker, og dette kan skape maktkamper, konflikter og uenighet mellom aktører. Dersom disse aktørene imidlertid klarer å finne nye måter å samarbeide på, kan disse konfliktene brytes, eller i det minste settes på pause, noe som skaper en mulighet for institusjonell endring på organisasjonsfeltet.

Aktørene innen reiselivet i Rauma har tilsynelatende felles mål om å arbeide mot et bærekraftig reiseliv. I observasjon av mediebildet, ser jeg at det er ulike tiltak, uttalelser eller hendelser som er årsak til debattene om den bærekraftige utviklingen. Debattene omhandler vern eller utnytting av naturressurser, og det er tydelig at det finnes ulike spenninger mellom de konkurrerende institusjonelle logikkene som kommer til syne i disse situasjonene. Spenningene kommer til syne i leserinnlegg direkte rettet mot den «andre part». Kvasse replikker og kritiske spørsmål angående den andre aktørens begrunnelser av bærekraft. «Miljø-aktørene» uttrykker bekymring for utviklingens påvirkning på miljøet, ved å protestere mot de som ønsker en større verdiskapning og økning i profitt, da aktørene mener dette går på bekostning av naturressursene og miljøets bæreevne. Dette kan forstås ved at det innen reiselivet som organisasjonsfelt finnes ulike logikker basert på aktørers aktiviteter og forståelse for hva som er riktig eller galt. Funnene vitner om at det pågår en rivalisering når de to institusjonelle logikkene eksisterer innen samme felt.

I dette tilfellet med konkurrerende institusjonelle logikker, kan det se ut som at gondolplanene kom overraskende på aktører som trodde reiselivsnæringen omhandlet naturbaserte aktiviteter. Gondolplanene og begrunnelsene av hvordan den bygges etter bærekraftige prinsipper skapte debatter og munnhoggeri i lokale media. Bruk av naturressursene oppleves slik som en konkurranse mellom miljømessige og økonomiske verdier. Dette kan sees som maktkamper, da de større reiselivsaktørene har en mer fordelaktig posisjon enn de mindre aktørene. Logikken om økonomisk vinning er motstridende og konkurrerende med logikken for å verne naturen. Begge logikker eksisterer side om side innen samme felt, og det oppstår spenning mellom de i debatter om tiltak innen utviklingen av reiselivet. Logikken om økonomiske verdi vant frem i debatten om gondol eller nasjonal turiststi. Jeg har imidlertid ikke forståelse av at denne institusjonelle logikken er adoptert av alle aktører innen reiselivet i Rauma. Likevel viser mediebildet at livet skjer uten større konflikter i samfunnet, til tross for ulike dominerende verdier blant aktørene. De større næringsaktørene ønsker profittmaksimering og de som

benytter fjellene ønsker å ivareta samfunnet og kulturen for fjellvandring slik den har vært i mange år. Jeg antar likevel at det vil bli diskusjoner, debatter og uenigheter i fremtiden, dersom det kommer nye forslag om inngrep i naturen som følge av utviklingen av reiselivet og økonomisk aktivitet.

7.0 Konklusjon

I denne studien har jeg sett på utviklingen av reiselivet i Rauma innenfor en gitt periode. Rauma er en destinasjon med mange naturressurser, og har over flere år arbeidet med å kartlegge hvordan de kan utvikle det naturbaserte reiselivet, slik at næringen bidrar til økt verdiskapning og sysselsetting. I denne prosessen har de arbeidet sammen med Innovasjon Norge om å gå godkjent fase 1 i merke for bærekraftig reisemål, søkt om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal Turiststi, samt vedtatt og bygget en gondol fra sentrum av Åndalsnes til toppen av Nesaksla. Bygging av gondolen skapte mange reaksjoner, og ulike aktører mener at denne er det motsatte av bærekraft da den er en utfordring for miljøet med inngrep i naturen samtidig som den baserer inntektene sine på cruiseturisme. Formålet med studien min har vært å studere det lokale mediebildet i Rauma, for å skjønne hva de ulike aktørene innen reiselivet legger i-, og hvordan de forstår begrepet bærekraft. Basert på internasjonale regulatoriske retningslinjer defineres bærekraftig reiseliv ved å skape en balanse mellom miljømessige, økonomiske og sosiokulturelle forhold. Dette gjenspeiles også i det de ulike aktørene i Rauma sier når de uttaler seg om bærekraftig utvikling av reiselivet. Samtidig viser funnene i studien at de ulike aktørene forstår bærekraft ut fra sine underliggende verdier.

Ved hjelp av teori om institusjonelle logikker har jeg analysert empirien og funnet svar på overordnet- og underordnede forskningsspørsmål. Det overordnede forskningsspørsmålet for studien er: *«Hvordan forstås bærekraftig reiseliv av ulike aktører i Rauma?»* Dette ønsket jeg å finne ut av ved å analysere utsagn i leserbrev og debatter. Reiselivsaktørene som arbeider med utvikling av reiselivet i Rauma har de siste årene involvert seg med nasjonale organ, både i form av arbeid mot å få merket som bærekraftig reisemål og søknad om å få Romsdalseggen autorisert som Nasjonal turiststi. Tilsynelatende støtter begge disse tiltakene lokalsamfunnets forventninger til å posisjonere reiselivet rundt naturglede. Det er først når planene om Romsdalsgondolen blir kjent, at ulike aktører uttrykker sine meninger om at dette ikke er i samsvar med forventningene til en bærekraftig utvikling av reiselivet. Empirien viser at ulike aktører i lokalsamfunnet i Rauma har ulike tilnærminger til bærekraftig utvikling i denne diskusjonen. I observasjon av mediebildet, er det verdier for miljøvern og økonomisk gevinst som hovedsakelig gjenspeiler institusjonelle logikker blant aktørene. Aktørene som omtaler seg selv som brukerne av fjellene, argumenterer for vern av miljøet lokalt og globalt. De større reiselivsaktørene

argumenterer for en bærekraftig utvikling som gir større økonomisk fortjeneste ved å tilrettelegge for at besøkende kan legge igjen mer penger når de er i området. Debatten viser seg også som uenighet i hva som menes med å være kommunen og reisemålet for naturglade mennesker. De større reiselivsaktørene vil utnytte fjellet Nesaksla som naturressurs ved å bygge gondol og et nett av stier på toppen. Disse aktørene har utarbeidet et mål om å få flere gjester til å komme til Rauma gjennom hele året, få gjestene til å bli lenger og å legge igjen mer penger, som skaper eksistensgrunnlag for næringen. Enkeltaktører som fjellførere og politikere samt friluftsansjoner er brukere av fjellene, og ønsker en utvikling som ivaretar den lokale naturen og det globale klimaet. De ønsker ikke inngrep i naturen, men heller tilrettelegging for naturoplevelser. Masseturisme som cruiseturister ønskes ikke av hensyn til klimaproblematikk. Brukerne av fjellene trekker også inn ønske om muligheten til å være med å forme hvordan det er å bo i Rauma i fremtiden, noe som vitner om at de viser allsidighet ved et ønske om å ivareta de sosiale verdiene. Likevel er det argument om bærekraft i miljøet og naturen som ytres sterkest av disse aktørene.

Funnene bidrar til å kunne svare på de underordnede forskningsspørsmålene i studien. Argumentene og handlingene til de ulike aktørene viser at det er økonomisk verdi og miljømessig verdi som støtter de to dominerende institusjonelle logikkene som råder i debatten om bærekraftig reiseliv. Debatten om gondol skaper spenninger mellom aktørene, da deres verdier og institusjonelle logikker er konkurrerende. Økonomisk gevinst går på bekostning av naturvern. Mediebildet viser ikke at det er forsøkt å inngå kompromiss, men personer som representerer Romsdalsgondolen begrunner bærekraftig utvikling i et miljøperspektiv ved hjelp av sporløs utbygging. Debatten vitner om at de institusjonelle logikkene er rivaliserende, og at de ikke kommer til enighet. Det oppstår heller ikke en hybrid logikk som følge av forhandlinger. De større reiselivsaktørene, som også er involvert i prosjektet for bærekraftig reiselivsutvikling i Rauma, legger strategiene for utviklingen og har dermed størst innflytelse på hvordan reiselivet skal utvikles, nå og i fremtiden. Innen organisasjonsfeltet som helhet kan man derfor anta at det er de økonomiske verdiene som er de mest dominerende.

Slik jeg observerer aktørenes ytringer, foregår diskusjoner mellom de store reiselivsaktørene og brukerne av fjellene i Romsdalen. Debatten vitner om spenninger mellom aktørers ulike verdier tilknyttet vern- eller utnytting av naturressursene. I

kommunen for naturglade mennesker er det ulik forventning til hva som menes med naturglede. Dette vises i forståelse av å verne naturressursene på den ene siden, mens andre ønsker å benytte naturen for å tilrettelegge for økonomisk aktivitet slik at alle har mulighet til å oppleve naturglede på toppen av Nesaksla. Slik jeg ser det, er det ikke tilstrekkelig å forstå uenighet tilknyttet bærekraftig reiseliv som helhet. Basert på institusjonell logikk må man se uenigheten i den gitte kontekst for å forstå hvilke verdier som legitimeres av de ulike aktørene. Dette henger sammen med aktørenes identitet og forventning til det gitte området og tiltaket.

Jeg sitter igjen med et inntrykk av at ansvar blir skjøvet nedover i systemet, slik at det er de ulike reiselivsdestinasjonene som skal finne løsningene for å ivareta bærekraft. Analyse av empirien min viser at ulike aktører har ulik forståelse av bærekraft, og utviklingen kan derfor havne i en situasjon som ikke er bærekraftig. De internasjonale og nasjonale regulatoriske organ har satt krav i form av å kunne nå målet om å redusere klimautslipp. Når aktører i Rauma velger å bygge en gondol som i utgangspunktet baserte deler av inntektsgrunnlaget sitt på cruiseturisme, kan dette forstås som at de ikke forholder seg til disse regulatoriske kravene. Utsagn om at de tror fremtidens cruise gjest vil velge rederier som er mest mulig miljøvennlige, vitner om å legge ansvar over på forbrukeren i klimadebatten, og fører til at reiselivsaktørene minster legitimitet. Vi må huske på at suksess eller fiasko for bærekraftsmål ikke kan måles i fortjeneste eller tap, men at det må måles i forhold til verdens befolkning, det sosiale miljøet og planetens helse.

Referanser:

- Aall, Carlo. 2020. "BÆREKRAFTIG REISELIV
ELLER BARE KRAFTIG REISELIV?" In *Berekraftig verdiskaping*, edited by Leif Longvanes and Torbjørn Årethun, 83-96. Bergen: Fagbokforlaget.
- Aasheim, Stein P. 2018. "Minisemenaret var et spill for galleriet." *Åndalsnes Avis*, 24.09.2018.
- Aasheim, Stein P. 2019. "Kanskje verdens første bærekraftige gondolbane!! Ingen har hørt om noe lignende!!" *Åndalsnes Avis*, 24.06.2019. <https://app.retriever-info.com/go/article/00535920190624295433118/null/archive/search?type=jwt>.
- Aasheim, Stein P. 2021. "Spørsmål til Romsdalsgondolen." *Åndalsnes Avis*, 11.02.2021, 10-11.
- Amundsen, Pål R. 2021. "Kommentar til Stein P. Aasheim, Mari Melbø Rødstøl og Naturvernforbundet i Rauma." *Åndalsnes Avis*, 25.02.2021, 12-13.
- Berglund, Børre. 2015. "Masterplan Produktutvikling i Rauma." accessed 19.03.2021. <https://docplayer.me/18938010-Masterplan-produktutvikling-reiseliv-i-rauma-januar-2015-bbr-as.html>.
- Bolman, Lee G., og Terrence E. Deal. 2014. *Nytt perspektiv på organisasjon og Lledelse*. Translated by Kari Marie Thorbjørnsen. Vol. 2. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Den Norske Turistforening. 2018. "150 år med turglede." accessed 06.05.2021. <https://www.dnt.no/historikk/>.
- DiMaggio, Paul J., og Walter W. Powell. 2016. *The New Institutionalism in Organizational Analysis*.
- Dybedal, Petter, og Jens Kristian Steen Jacobsen. 2019. "Mer bærekraftig cruiseturisme." In *Framtidsskisser for cruiseutvikling på Vestlandet*: Transportøkonomisk institutt. <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=50086>.
- Ekström, Frida, og Agnes Brudvik Engeset. 2011. "Oversikt over internasjonale sertifiseringsordninger." In: Vestlandsforskning. https://www.vestforsk.no/sites/default/files/migrate_files/oversikt-over-sertifiseringsordningar-notat5-11.pdf.
- Eligh, Jason, Richard Welford, og Bjarne Ytterhus. 2002. "The Production of Sustainable Tourism: Concepts and Examples from Norway." *Sustainable Development* 10:223-234. doi: 10.1002/sd.195.
- Elkington, John. 1997. *Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business*. Oxford: Capstone Publishing Limited.
- Elkington, John. 1998. *Cannibals with forks : the triple bottom line of 21st century business*. Gabriola Island: New Society Publishers.
- Elkington, John. 2018. 25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line." Here's Why It's Time to Rethink It.
- Enger, Anniken, Børre Berglund, og Endre Kildal Iversen. 2013. "Strategi for utvikling av reiseliv og handel i Åndalsnes i Rauma." In: Menon Business Economics. https://www.google.no/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&act=8&ved=2ahUKEwiQyouB4NDyAhUhQ_EDHaDGBF8QFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mercell.com%2Fm%2Ffile%2FgetFile.ashx%3Fid%3D66083743%26version%3D0&usg=AOvVaw3qQHsoS6BB17y5-wV45Xqx.
- FN. 2019a. "Bærekraftig utvikling." accessed 07.03.2021. <https://www.fn.no/tema/fattigdom/baerekraftig-utvikling>.

- FN. 2019b. "Klimaendringer." accessed 02.05.2021. <https://www.fn.no/tema/klima-og-miljoe/klimaendringer>.
- FN. 2020. "Naturmangfold." accessed 02.05.2021. <https://www.fn.no/tema/klima-og-miljoe/naturmangfold>.
- Fredman, Peter. 2017. "Naturbasert reiseliv - en stadig viktigere del av bioøkonomien." Last Modified 20.09.2017. <https://blogg.forskning.no/turist-i-naturen/naturbasert-reiseliv---en-stadig-viktigere-del-av-biookonomien/1095508>.
- Grønmo, Sigmund. 2017. *Samfunnsvitenskapelige Metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Haugen, Marit S., og Egil Petter Stræte, eds. 2011. *Rurale brytninger*. Trondheim: Tapir akademisk forlag.
- Innovasjon Norge. 2020a. "Merket for bærekraftig reisemål." accessed 13.07.2021. <https://www.innovasjon norge.no/no/tjenester/reiseliv/merket-for-baerekraftig-reiseliv/>.
- Innovasjon Norge. 2020b. "Standard for Bærekraftig reisemål og FNs bærekraftsmål." accessed 13.07.2021. https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Standard_2_0_med_SDGs_7d4fb98b-2cee-4c64-99a8-f6b6bd6133ac.pdf.
- Jacobsen, Dag Ingvar, og Jan Thorsvik. 2019. *Hvordan organisasjoner fungerer*. Vol. 5. Bergen: Fagbokforlaget.
- Kolderup, Trygve Sunde. 2019. "Kan alt kalles bærekraftig?" *rbnett.no*, 24.06.2019. <https://www.rbnett.no/meninger/leserinnlegg/2019/06/24/Kan-alt-kalles-b%C3%A6rekraftig-19351278.ece>.
- Kroken, Svein. 2019. "Skal turister som besøker Rauma skamme seg nå da?" *Åndalsnes Avis*, 01.08.2019, 14-15.
- Lindberg, Frank. 2020. "Uenighet om bærekraftig turisme." *Praktisk økonomi & finans* 36:91-104. doi: <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2871-2020-02-04>.
- Lindberg, Frank, James Fitchett, og Diane Martin. 2019. "Investigating sustainable tourism heterogeneity: competing orders of worth among stakeholders of a Nordic destination." *Journal of Sustainable Tourism* 27 (8):1277-1294. doi: 10.1080/09669582.2019.1614188
- Lothe, Ellinor Rørvik. 2018a. "Arrangerer åpent møte om utvikling av reiselivet." *Åndalsnes Avis*, 01.09.2018, 4.
- Lothe, Ellinor Rørvik. 2018b. "Reiselivsnæringa er ikke avhengig av flere cruiseturister hit." *Åndalsnes Avis*, 30.10.2018, 8.
- Lothe, Ellinor Rørvik. 2019. "Stor verdiskapning - Besøksstrategien for Romsdalseggen tar høyde for kraftig vekst." *Åndalsnes Avis*, 10.01.2019, 5.
- Lovdata. 2019. "Forskrift om tilskudd til Nasjonale Turiststier." accessed 18.03.2021. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-07-27-1457>.
- Miljødirektoratet. 2018. "Inngrepsfri Natur." accessed 02.05.2021. <https://miljostatus.miljodirektoratet.no/tema/naturomrader-pa-land/inngrepsfri-natur/>.
- Miljødirektoratet. 2019. "Nasjonale turiststier." accessed 18.03.2021. <https://www.miljodirektoratet.no/ansvarsomrader/friluftsliv/nasjonale-turiststier/>.
- Miljøpartiet de grønne. 2018. "Veivalg i reiselivet." *Åndalsnes Avis*, 20.10.2018, 6.
- Norsk Friluftsliv. 2019. "Detaljregulering Romsdalsgondolen - høringsuttalelse." <https://norskfriluftsliv.no/wp-content/uploads/2019/10/2019-08-16-Detaljregulering-Romsdalsgondolen.pdf>.
- Norsk Tindesenter. 2018. "Besøksstrategi Romsdalseggen." In. <https://kgv.doffin.no/app/docmgmt/downloadPublicDocument.asp?DVID=765685&FMT=1&AT=15&ID=164451>.

- Norwegian Travel Company. 2021. "Romsdalsgondolen Årets nye opplevelse." accessed 02.06.2021. <https://www.romsdalen.no/>.
- Nærings- og Fiskeridepartementet. 2019. "Reiselivsnæringen i Norge." accessed 02.05.2021. <https://www.regjeringen.no/no/tema/naringsliv/reiseliv/om-reiselivsnaringen/id2677135/>.
- Nærings- og Fiskeridepartementet Meld.St.19. 2016-2017. Opplev Norge – unikt og eventyrlig. edited by Nærings- og Fiskeridepartementet. <https://www.regjeringen.no/contentassets/95efed8d5f0442288fd430f54ba244bc/no/pdfs/stm201620170019000dddpdfs.pdf>: Nærings- og Fiskeridepartementet.
- Næringslivets perspektivmelding. 2018. Verden og oss. NHO.no: Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO).
- Olsen, Stine Vandevjen. 2019. "Trekker seg fra stillingen - Ble ansatt som prosjektleder for bærekraftig reiseliv i vår." *Åndalsnes Avis*, 14.11.2019, 3.
- Pettersen, Audun. 2019. "Merket for bærekraftig reisemål - et verktøy, ikke en premie." *Åndalsnes Avis*, 26.11.2019, 12.
- Raghu, Garud, Cynthia Hardy, og Steve Maguire. 2007. "Institutional entrepreneurship as embedded agency: An introduction to the special issue." *Sage Publications Sage UK: London, England* 28 (7):957-969 doi: <https://doi.org/10.1177/0170840607078958>
- Rauma Kommune. 2019. "Rauma Kommune Sakspapir Sluttbehandling - Detaljregulering for Romsdalsgondolen." <https://docplayer.me/182667632-Rauma-kommune-sakspapir.html>.
- Rauma kommune. 2021a. "Fakta om kommunen." accessed 06.03.2021. <https://www.rauma.kommune.no/om-kommunen/fakta-om-kommunen/>.
- Rauma kommune. 2021b. "Visjon og verdier." accessed 06.03.2021. <https://www.rauma.kommune.no/om-kommunen/visjon-og-verdier/>
- Reay, Trish, og C. R. Hinings. 2009. "Managing the Rivalry of Competing Institutional Logics." *Organization Studies* 30:629-652. doi: 10.1177/0170840609104803
- Regjeringen. 2017. "Regjeringen vil videreutvikle Nasjonale Turiststier." accessed 18.03.2021. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ny-side4/id2575078/>.
- Regjeringen. 2019. "Reiselivspolitikken." accessed 13.07.2021. <https://www.regjeringen.no/no/tema/naringsliv/reiseliv/reiselivspolitikken/id2677136/>.
- Regjeringen. 2020. "Presseinvitasjon: Skal diskutere overturisme." accessed 03.05.2021. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/presseinvitasjon-skal-diskutere-overturisme/id2685707/>.
- Reiseliv. 2021. "Bærekraftig reiseliv." accessed 11.04.2021. https://reiseliv.portfolio.no/read_container/2213485c-e92e-42fd-bded-e07ff906004d.
- Reksnes, Asgeir Heimdal. 2018. "Dritlei turistbæsj i naturparadis." Last Modified 23.07.2018, accessed 03.05.2021. <https://www.nrk.no/vestland/dritlei-turistbaesj-i-naturparadis-1.14132771>.
- Rødstøl, Mari Melbø. 2019a. ""Jeg kan ikke lenger fortsette som prosjektleder på et faglig grunnlag"." *Åndalsnes Avis*, 12.11.2019. <https://app.retriever-info.com/go-article/00535920191112301306736/null/archive/search?type=jwt>.
- Rødstøl, Mari Melbø. 2019b. "Reiselivet må være med på den grønne omstillingen." *Åndalsnes Avis*, 28.11.2019, 14.
- Scott, W. Richard. 2014. *Institutions and organizations: ideas, interests and identities*. California: Sage.

- Siem, Ida. 2019. "Me kunne ha valgt vekk å minne om Geiranger og Flåm." *Åndalsnes Avis*, 16.11.2019, 16.
- Store Norske Leksikon. 2020a. "Den tredelte bunnlinje ", Last Modified 05.11.2020. https://snl.no/Den_tredelte_bunnlinje.
- Store Norske Leksikon. 2020b. "Norges Turistråd." accessed 02.06.2021. https://snl.no/Norges_Turistråd.
- Store Norske Leksikon. 2021. "Turisme i Norge." accessed 06.05.2021. https://snl.no/turisme_i_Norge.
- Thornton, Patricia H., og William Ocasio. 2008. "Institutional Logics." *The Sage handbook of organizational institution*:99-128. doi: 10.4135/9781849200387.n4.
- Thornton, Patricia H., William Ocasio, og Michael Lounsbury. 2012. *The institutional logics perspective : a new approach to culture, structure, and process*. Oxford: Oxford University Press.
- Tjora, Aksel. 2018. *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Tjora, Aksel. 2020. "Institusjon." Last Modified 22.04.2020, accessed 08.05.2021. <https://snl.no/institusjon>.
- Tripadvisor. 2021. "Utendørsaktiviteter i Norge." accessed 06.03.2021. <https://no.tripadvisor.com/Attractions-g190455-Activities-c61-Norway.html>.
- UNWTO. 2005. "Sustainable development." accessed 09.07.2021. <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
- UNWTO. 2015. "What are the SDGS." accessed 09.07.2021. <https://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/what-are-the-sdgs/>.
- Utemagasinet. 2019. "ROMSDALSEGGEN, GONDOL OG NASJONALE TURISTSTIER
- Fjellførere ønsker ikke gondol i Åndalsnes." accessed 07.03.2021. <https://www.utemagasinet.no/kommentarer/romsdalseggen-gondol-og-nasjonale-turiststier>.
- Vassli, Oddbjørn. 2019. "Debatten om bærekraftig reiseliv." *Åndalsnes Avis*, 29.06.2019, 14.
- Visit Nordvest. 2021. "Tindehovedstaden Åndalsnes i Romsdalen." accessed 06.03.2021. https://www.visitnorthwest.no/tindehovedstaden-andalsnes/?_ga=2.254934024.1639599757.1615034303-2041305744.1615034303&_gac=1.49256788.1615034330.Cj0KCCQIa7YyCBhDARIsALkj54qCnewvzo2d-Udq2AX-sV3lbEzi5XtKqteQe8QEGbWs8hFMFB_ypzcaAmCYEALw_wcB&_gl=1%2A1wa0w9o%2A_gcl_aw%2AR0NMLjE2MTUwMzQzMDluQ2owS0NRaUE3WXIDQmhEX0FSSXNBTGtqNTRxQ25ld3Z6bzJkLVVkcTJBWC1zVjNsYkV6aTVYdEtxdGVRZThRRUdiV3M4aEZNRkJfeXB6Y2FBbUNZRUFMd193Y0I.%2A_gcl_d%2AR0NMLjE2MTUwMzQzMDluQ2owS0NRaUE3WXIDQmhEX0FSSXNBTGtqNTRxQ25ld3Z6bzJkLVVkcTJBWC1zVjNsYkV6aTVYdEtxdGVRZThRRUdiV3M4aEZNRkJfeXB6Y2FBbUNZRUFMd193Y0I.
- Visit Nordvest, Rauma kommune, Romsdalen AS, og Romsdal Reiseliv og handel. 2020. "Handlingsplan for bærekraftig reismålsutvikling i Rauma." accessed 19.03.2021. <https://visitnw.files.wordpress.com/2020/01/handlingsplan-bc3a6rekraftig-reiseme3a5l-rauma-til-hc3b8ring-januar-2020.pdf>.
- WCED. 1987. "Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future." In. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>.