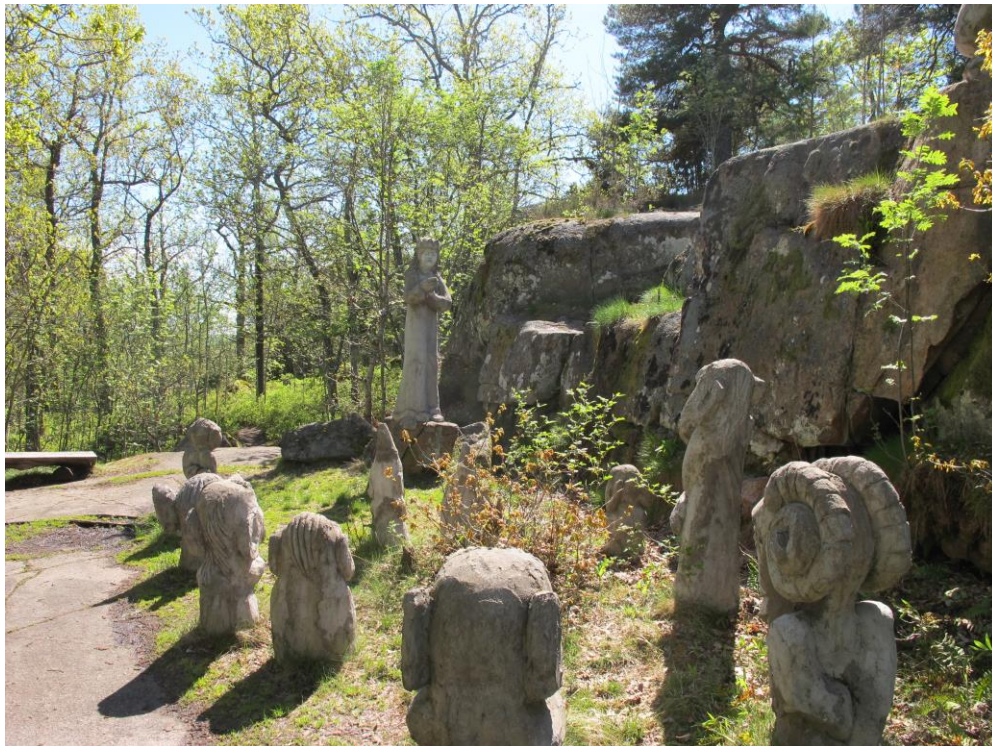




Skulpturparken – Garpes vänner

På vägen turism i Gamleby

Leo Anderson och Viktor Melin



Självständigt arbete, Kulturgeografi II, 7,5 högskolepoäng

Framlagd och granskad på seminarium 5 juni 2014

Handledare: Péter Balogh

Kulturgeografiska institutionen, Stockholms universitet, 106 91 Stockholm
www.humangeo.su.se

Sammanfattning

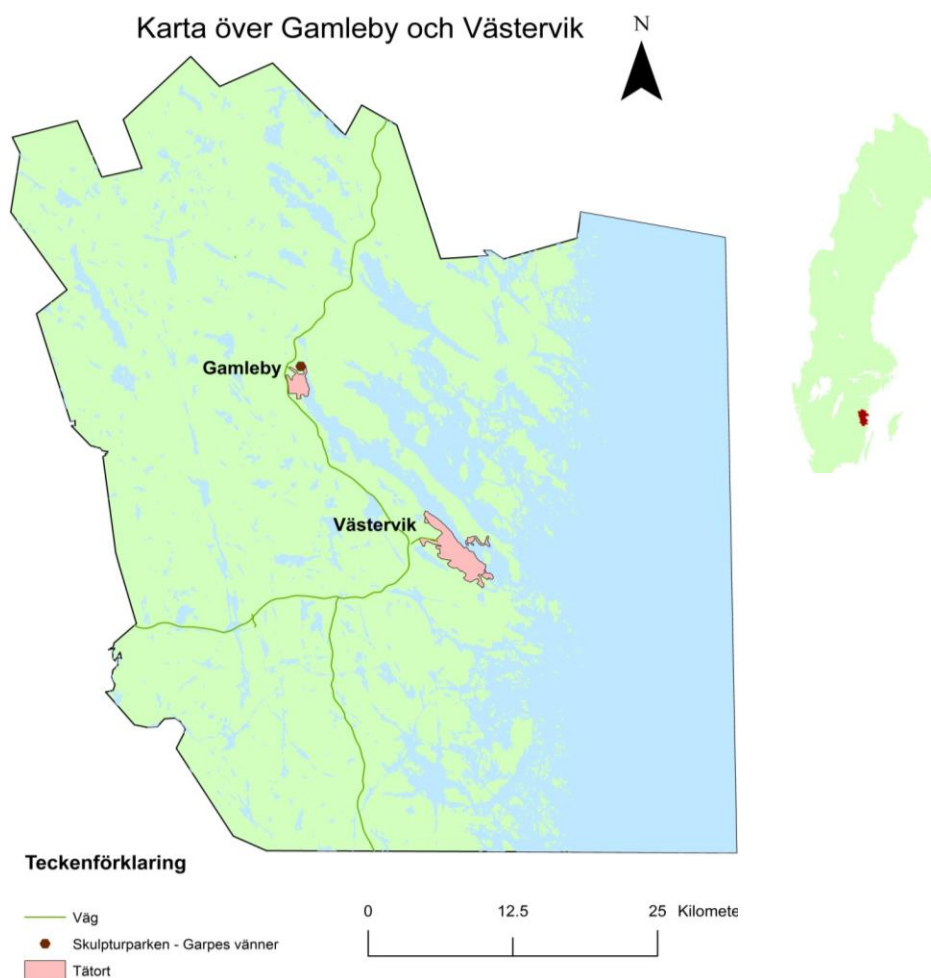
Skulpturparken Garpes vänner i Gamleby skapades år 2007 av Kulturkraft i Norra Tjust som gav konstnären Jan Pol i uppdrag att gestalta skulpturerna. Uppsatsen ämnar utvärdera parkens betydelse genom att studera dess visioner, aktörer och bemötande. Parken förmedlar föreningens visioner om att få fler besökare till Gamleby och Garpedansberget samtidigt som parken ska berika och bevara det historiska och kulturella arvet. Skulpturparken har fått lokal kritik, men har efter öppnandet blivit mer accepterad. Parken kan i sin roll som turistmål beskrivas som en form av på vägen turism. Det innebär att besöksmålet lockar personer som har vägarna förbi, eller bor i parkens närhet. Skulpturparken har studerats genom ett abduktiv tillvägagångsätt där tidigare teorier om parker och turism har varit utgångspunkter. Parken har besökts och kontakt har tagits med lokala aktörer.

Innehållsförteckning

1.	Inledning	3
2.	Syfte	4
2.1	Frågeställning	4
2.2	Avgränsningar	4
3.	Material och metod	5
3.1	Intervjuguide	6
3.2	Observationsmetod	7
3.3	Metod- och källkritik	8
4.	Tidigare forskning och teori	9
5.	Bakgrund	12
5.1	Aktörer	13
6.	Resultat	15
6.1	Uppfattningar och upplevelser kring skulpturparken	16
6.2	Platsbeskrivning av Skulpturparken Garpes vänner	18
6.3	Mer aktivitet på berget	20
6.4	Finansiering	20
7.	Diskussion	21
8.	Slutsats	24
9.	Källor- och litteratur förteckningar	25
9.1	Litteratur	25
9.2	Intervjuer	25
9.3	Dokument	26
9.4	Artiklar	27
9.5	Illustrationer	28

1. Inledning

Gamleby är beläget i Västerviks kommun som ligger i Kalmar län. Gamleby har 2775 invånare (SCB, 2010). Det är den näst största tätorten i kommunen efter Västerviks stad (Gamleby.se). Området har ett rikt arv av fornminnen, ett av de tätaste i Sverige (Gamleby intresseförening fornlämningar). Det finns även gott om sägner och myter från trakten, vilket har legat till grund för skulpturparken Garpes vänner. Skulpturparken är ett projekt där sagoskulpturer har placerat ut i naturen. Projektet startade 2004 och invigdes 2007. Det är Kulturkraft i Norra Tjust som är initiativtagare och ägare till skulpturparken. Kulturkraft har anställt konstnären Jerzy Przybyl alias Jan Pol för att gestalta ett 80-tal fantasivarelser längs en ca 700 m lång stig uppför Garpedansberget (Information vid Garpedansberget). Projektet har fått finansiering av sparbanksstiftelsen Tjustbygden och Europeiskt regionalstöd (Slut budget skulpturparken, 2007).



Karta 1, karta över Västervik kommun, samt en infälld Sverige karta. Data från lantmäteriet, illustratör Leo Anderson

2. Syfte

Uppsatsen ämnar studera skulpturparken i Gamleby, aktörernas visioner och motiv till etableringen av skulpturparken. Hur områdets arv bidragit till processen samt finansieringen av projektet. Rapportering av skulpturparken i media kartläggs för att kunna se hur parken har bemöts och använts, samt vilka egenskaper parken kan tänkas inneha.

2.1 Frågeställning

- Hur bildades skulpturparken i Gamleby, vilka aktörer och visioner fanns det till grund för parken?
- Hur har parkens ursprungliga visioner införlivats fram tills idag, sju år efter öppnandet samt vilka egenskaper parken har?

2.2 Avgränsningar

Uppsatsen avgränsas geografisk till Gamleby där skulpturparken är belägen. Vidare har uppsatsen begränsats till, vilka aktörer som har varit delaktiga i projektet visioner för parken, hur arv och historia använts i skapandet av parken. Hur den har marknadsförts och vilken publik den kan tänkas locka. Hur parken har blivit mottagen och den lokala opinionen i frågan. Den tidsmässiga avgränsningen för uppsatsen har varit fem veckor, fyra dagar tillbringades i Västervik kommun. Teoretiska avgränsningar har gjorts till egenskaper för parker samt kring turism och platsidentitet. Forskningen kring turism kommer att fokusera på hur destinationer och turistmål skapas.

Uppsatsen kommer inte att göra anspråk på någon bedömning kring konsten i skulpturparken. Då de estetiska värdena är högst subjektiva och inte relevant för uppsatsens syfte.

3. Material och metod

Uppsatsen har tagit form genom ett abduktiv tillvägagångssätt. Vilket betyder att en blandning mellan induktiv- och deduktivmetod har använts, det innebär att både empiriskdata och tidigare teoretisk kunskap har blandats om vart annat (Gren, Hallin, 2013, s. 36). Litteraturen för uppsatsen är både av teoretiskt slag och metodvägledande. Förutom litteratur har artiklar och debatter som berör skulpturparken används. Fältarbetet är en kvalitativ metod och består av både intervjuer och observation vilket har använts till uppsatsen (Kaijser, Öhlander, 2011, s. 37).

Personliga uppfattningar av det rumsliga fångas bäst av att göra intervjuer för att kunna ta in och bearbeta människans subjektiva värld (Gren, Hallin, 2013, s. 133-134). Tre intervjupersoner har valts som varit involverade i parkens grundande. Bertil Dolk med sitt engagemang i Kulturkraft i Norra Tjust samt projektledare för skulpturparken, han har intervjuats två gånger. Jan Cullberg informatör på Gamlebys intresseförening intervjuades också två gånger. Jan Pol konstnären som har gestaltat skulpturerna. Under fältstudien har kontakt med ett tiotal lokala aktörer som har besökt skulpturparken eller bor i omgivningen kring den tagits. Dessa intervjuer var av ett informellt slag och gjordes för att kunna få med opinionen mer än den som finns i media för att få veta deras uppfattning av parken och hur dem använder parken. De informella intervjuerna finns med i avsnitten om sägner och uppfattningar om skulpturparken. Dessa informella intervjuer spelades aldrig in utan bygger på minnesanteckningar efter samtalen. En av dessa informella intervjuer var med den lokala näringsidkaren Annika Stagård. Hon har lyckats använda skulpturparken och sägnen om Garpe i sin verksamhet. Urvalet till de som blev intervjuade inom ämnet för uppsatsen skedde genom ett snöbollsurval där Gamleby intresseförening hänvisade vidare till Kulturkraft i Norra Tjust och konstnären Jan Pol. Snöbolls urval bygger på att hitta en lämplig person att intervjua som sedan kan hänvisa vidare till flera respondenter, detta kan leda till ett ensidigt perspektiv där alla som intervjuas hänvisar inom en krets och helt enkelt hamnar i en återvändsgränd och inte finner särskilt många respondenter (Dalen, 2007, s. 64). Vidare kommer material till uppsatsen från olika media källor bland annat Västervik tidning, TV4 och blogginlägg.

Till uppsatsen har en karta skapats med data från lantmäteriet. Det är vektorfiler som är hämtade ur Stockholms Universitets kartjänster. De data som kartan bygger på är från 2007 så att det är möjligt att saker har ändrats men sammantaget bör kartan ge en god bild över området med fokus på Västervik, Gamleby och skulpturparkens lokaliseringar. Kartan är förenklad då endast vissa lager som exempel större vägar finns med.

3.1 Intervjuguide

Under arbetet har intervjuerna följt de etiska riktlinjer som föreligger. Det är även krav på att informanten genom att ha deltagit i studien inte ska lida någon risk av otillbörlig insyn, utsätts för skada, förödmjukelse eller kränkning (Kaiser & Öhlander, 2011, s 80). Respondenten kommer att få höra en kort presentation och syftet till uppsatsen. Respondenten kommer även att informeras om i vilket sammanhang som intervjun kommer att figurera och hur dessa uppgifter kommer att hanteras och spridas. Det är viktigt att tydliggöra att respondenten intervjuas i form av sakkunnig i ett ämne eller som en representant för exempelvis en förening och inte som privatperson. För att undvika intervjuareffekt så har respondenten fått välja miljö där intervjun ska äga rum. Intervjuerna kommer att spelas in om tillstånd ges. För att senare kunna transkriberas och bearbetas in i arbetet. (Dalen, 2007,s. 30-32).

Transkriberingen handlar om att överföra de talade orden till det skriftliga. Det viktigaste är inte det språkliga, utan att det liknar informantens talspråk. Det är viktigt att ordföljden är den rätta så att informanten kan känna igen sig i det som har sagts (Kaiser & Hölander, 2011,s. 107). Det är även viktigt att kunna utläsa vem som har sagt vad så att det inte uppstår någon förvirring, varje replik ska börja på ny rad (Kaiser & Hölander, 2011, s. 108). Materialet har sedan blivit bearbetat och kodat i tre olika kategorier som är visioner, turism och genomförande för att enklare kunna få en bättre överblick i materialet. Respondenter har i alla lägen rätt att avbryta intervjun utan att nämna något skäl samt ha rätt att vara anonym om de så önskar (Kaiser & Öhlander, 2011, s 82-83).

Intervjuerna har gjorts med öppna svarsalternativ för att inte hindra respondenten från vissa svar samt för att kunna ställa följdfrågor beroende på respondents svar, vilket leder till ett mer djupgående samtal. När frågorna har konstruerat för att få frågorna så tydliga som möjligt för att risken för missförstånd ska minimeras. Det är viktigt att försöka formulera frågorna så att både validiteten och reabiliteten är så hög som möjligt. Det innebär att undersökning mäts med en hög tillförlitlighet och relevans (Dahmström, 2011, s. 73, 268).

Frågorna kan i viss mån innehålla specialkunskaper men detta ska inte vara något problem då respondenterna är utvalda på grund av deras fackkunskaper kring skulpturparken i Gamleby. Frågorna bör vara neutrala så att de inte uppfattas om ledande och respondenten känner sig tvingad att svara på ett visst sätt.

Frågemallen är uppbyggd med "lättare" frågor i början för att sedan övergå till "tyngre frågor" dess då längre intervjun fortskrider på respondenten är mer "varm i kläderna". Intervjuerna som sker är besöksintervjuer samt telefonintervju. Det är även viktigt att inte avbryta respondenten utan låter dem prata till punkt, det som upplevs först som irrelevant kan i slutändan kan vara av vikt (Kaiser & Hölander, 2011, s.101).

3.2 Observationsmetod

Det finns flera kategorier av observationer som delvis överlappar varandra.

Plastbaserad observation går ut på att en plats observeras under en längre eller kortare period det utgör navet i alla observationer, platsen behöver inte ha tydliga avgränsningar (Kaijser, Öhlander, 2011, s. 119-20). Tanken med observationer av individer är den tysta kunskapen ska framträda, den som är dold då den kan vara så självklart att informanten inte berättar om den (Kaijser, Öhlander, 2011, s. 114). I en deltagande observation kan det bli att den som observerar blir en del av det materialet som studerats (Kaijser & Öhlander, 2011, s. 124). Observationer kräver en förförståelse för att kunna ta del av kunskapen. Resultatet är inte befriat från forskarens tankar, fördomar och åsikter (Kaijser & Öhlander, 2011, s. 131). Det är viktigt att ha ett kritiskt förhållningsätt till informationen som framkommer under observationen och att den informationen är påverkad av forskaren som individ (Kaijser & Öhlander, 2011, s. 132). Det finns tre typer av observationer som det går att växla mellan. Två av dem är öppen och fokuserad observation. Öppen observation så testas olika infallsvinklar, hur ser det ut? Är rummet unikt? Vilka är aktörerna? Hur ofta rör sig de i rummet? Öppen observation ska fungera som underlag för hypoteser, frågor och idéer. Motsatsen till öppna observationer är fokuserade där antagande utvecklas och påstående prövas (Kaijser & Öhlander, 2011, s. 127-9).

3.3 Metod- och källkritik

Det är viktigt ha i åtanke att de personer som har intervjuat och till viss mån det material som ligger till grund till uppsatsen kan vara konstruerat på ett sådant sätt så att de intervjuade och dess roll kring skulpturparken framstår i bättre dager. De som har intervjuats är inte representativa för alla invånare i Gamleby eller alla besökare i parken. Under arbetsgången har det gjorts djupintervjuer med tre stycken förespråkare för parken då det är aktörernas visioner och incitament som ligger till grund för uppsatsen. Det kan tyckas som en ensidig informationsström. Men även flera informella intervjuer har gjorts. Kritikerna mot projektet har fått komma till tals genom att den lokala opinionen har studerats genom insändare i exempelvis Västerviks tidning. Det har funnits tillgång till den protestlista som lämnats och de skriftliga synpunkterna som var bifogade med den. Det har funnits tillgång till gästböcker som speglar besökarnas åsikter. Genom detta så har även motståndare till parken har fått komma till tals. Motståndarna till parken har inte någon förening, vilket försvårar att söka upp personerna. En turistaspekt av skulpturparken har blivit representerad av ett inslag i TV4 programmet sommarpärlorna och genom blogginlägg. Tv inslaget kan vara skapat på ett sätt för att göra underhållande tv och materiellt är redigerat så att utvalda delar enbart visas liknande process kan även blogginlägget genomgått.

Källmaterial kring projektet består bland annat av e-post, brev, olika typer av mötesprotokoll, ansökningshandlingar rörande Kulturkraft i Norra Tjusts roll i skapandet av skulpturparken. Underfältstudien har det funnits tillgång till dessa dokument från Bertil Dolks kontor. Det förefaller inte troligt att materialet skulle vara vinklat. Alla handlingar måste spara i tio år efter dess genomförande eftersom de har fått pengar från Kustlandet som kräver att all dokumentation sparas den tiden.

De gångerna berget besöktes var det både god sikt och fint väder vilket kan leda till att parken framställs ur sin bästa vinkel för ett turistperspektiv och inte speglar hur det kan upplevs i andra förhållanden så som mörker, regn eller under vintern.

Det går inte att bedöma vad andra har för subjektiv uppfattning av parken enbart genom observation. Svaren från frågorna ger ibland inte den subjektiva uppfattning och känsla kring platsen som infomaten upplever. Desto fler personer som tillfrågas desto bredare perspektiv skapas av det som observerats. Platsobservationer har skett genom en öppen och fokuserad observation så väl som deltagande observation. Under observationen så kunde vi integrera med andra besökare för att få ta del av den tysta kunskapen.

Tidigare forskning och teorier inom kulturgeografi finns det gott om. Att välja det som passar uppsatsen har handlat till stor del om att välja vilka relevanta begrepp samt vilken litteratur som har funnits tillgodo under tidsutrymmet samt passar uppsatsen avgränsningar. Kurslitteratur av Gren och Hallin har gett bra infallsvinkel och synsätt. Mer specifik litteratur som Framtidens parker och Jane Jacobs har gett bra utgångspunkter angående parker. Begränsningar har varit i form av att få tag på litteratur av Dallen, T samt av Graham, B. Dessa författar behandlar ämnet om turism och platsidentitet. Det har enbart varit möjligt att fått tag på utvalda delar av deras verk digitalt men inte tillräckligt för att kunna användas i uppsatsen. Vidare behandlar inte litteraturen och teorierna exakt den typ av miljö samt de förutsättningarna som finns i skulpturparken i Gamleby. Litteraturen och teorierna ger vägledning och en djupare förståelse i ett större perspektiv för uppsatsens syfte.

Genom hela arbetet har bristen på mätmetoder varit närvarande vilket gör att de källor som uppskattar antalet besökare inte är exakta utan används eftersom det inte finns någon besöksstatistik som kan fastslå exakt hur många som besökt skulpturparken och därmed hur populär parken är.

4. Tidigare forskning och teori

Begreppet plats inom kulturgeografi är inget nytt, begreppet har använts olika under tidens gång (Gren, Hallin, 2013, s.138). Platser är unika med olika egenskaper och utformningar. Det finns åtminstone tre olika drag som gör platser geografiskt unika. Kvalitativa drag som gestalts genom avgränsningar både fysiska som mentala. Platsen har unika särdrag, dem skiljer sig från varandra på ett eller flera sätt. Exempel på det kan vara kulturella särdrag. Den tredje skillnaden är användningen av platsen (Gren, Hallin, 2013, s. 140-141). Den Socio-rumsliga dialektiken speglar detta genom att benämna hur det social och rumsliga samspelar, påverkar och skapar varandra (Gren, Hallin, 2013, s.154-156). Platser ska ses som en process som ständigt ändras både fysiskt och mentalt (Gren, Hallin, 2013, s. 141). Inom humanistisk geografi spelar platsen stor roll för människans identitet och livsvärden. (Gren, Hallin, 2103, 143) Platser vill marknadsföra sig som en destination för att försöka locka till sig turism. Att marknadsföra sig som en destination är en process som kräver att det väljs ut delar som kan skapa en autentisk och funktionell bild av platsen. En fundamental aspekt av destinationsmarknadsföring är att kunna känna igen platsens kulturella särdrag och

förstå människorna som lever där. Platser skapar och förmedlar en upplevelse samt att varje destination är en plats som genom dess relation, nätverk och delade upplevelser skapar ett destinations mål (Campelo, 2013, s.155).

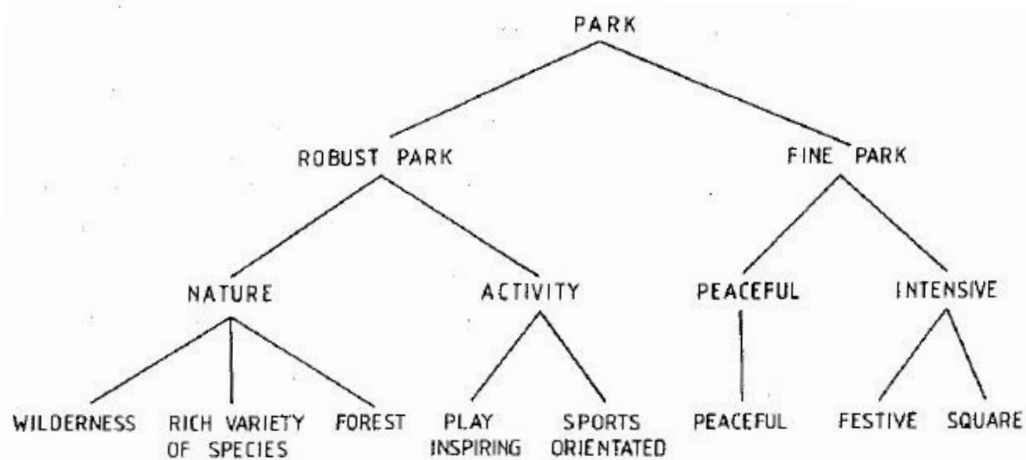
Förändring av natur för att göra den mer attraktiv för turister kallas för servicescape och har sitt ursprung i att främja kommersiellt utbyte (Ek, Hultman, 2007, s. 161). Kulturturismen är i grunden när turister kan ta del av destinationens historia och sätet att leva på platsen. Det innefattar blanda annat att turister besöker religiösa platser, fornlämningar, parker, museum eller kulturella arrangemang (Nedelea, Slusariuc, 2013, s. 39-40). Turister är en målgrupp för platsmarkandsföring. För att kunna göra marknadsföringen trovärdig och legitimerad ska den förankras med lokalbefolkningen och det lokala näringslivet (Ek, Hultman, 2007 s. 28-9). Platsmarkandsföring är något som har använts för att locka till sig människor till en plats genom att försköna den och visa dess positiva fördelar. Namnet på ön Grönland anses vara ett av de tidigaste spåren av platsmarkandsföring. Ashworth och Kavaratzis ser även några punkter där platsmarkandsföringen måste förbättras: projekten måste utvärderas och övervakas mer noggrant, projekten måste ha mer lokal förankring och att lokalsamhället ska vara införlivat hela vägen. Platsmarkandsföring är även möjligt att överföra på andra branscher än turism (Ashworth, Kavaratzis, 2008, s. 151). Platsmarkandsföring bygger ofta på en fysisk produkt, det ska vara en enkel process att överföra marknadsföringen mellan plats och produkt. Champagne är kanske det bästa exemplet på det. Place co-branding innebär att ett geografiskt område och en produkt lanseras sida vid sida. Schweiziska klockor är ett av de mer kända place co-brandings vilket gör att de blir en synonym till varandra (Ashworth, Kavaratzis, 2008, s. 153). Hur lyckat det är med platsmarkandsföring är svårt att värdera. Dels är resultaten av turismdata svåra att analysera, vad beror det på? Är förändrad turism en orsak av marknadsföringen? För att kunna se vad förändringar av turismen beror på, är det viktigt att det finns en egen övervakning av turistflödet. Samtidigt som det är svårt att både mäta och vara opartisk. Frågan är hur turism värderas och rankas, vad är bra turism? Det går även att kritisera hur väl rankingsystem mäter dessa aspekter (Ashworth, Kavaratzis, 2008, s. 163-4).

Att ställa ut konst till allmänheten i det offentliga har fått en renässans. Att konsten har blivit synlig för allmänheten leder till kontroverser, vad händer när allmänheten inte uppskattar konsten? I Framtidens parker svaras det med "konsten finns till för konstens egen skull" (Andersson, 1991, s. 42). Betyder det att konstnären eller den som har arrangerat konsten är den som vet bäst vad konst är? Hur fungerar det med den dialogen mellan besökarna och konsten? Konsten måste skapa en förståelse för omgivningen och föra en dialog kring den samt besökarna. Samtidigt som fler aktörer

leder till en längre process är de viktiga i skapandet (Andersson, 1991, s. 43- 44). Det är viktigt att skulpturen är platsunik och knyter an till den lokala platsen och dess förutsättningar (Andersson, 1991, s. 47).

Jane Jacobs skriver om parker "Deras sätt att fungera är långt ifrån enkelt. De kan vara förtjusande prydnader för sina stadsdelar, och även ekonomiska tillgångar för sina omgivningar" (Jacobs, 2010, s. 113). Bara för att ett grönområde är planerat på ett sätt betyder det inte att det kommer att användas som det var tänkt. Kringmiljön påverkar och sätter sin prägel på parkerna. Jacobs skriver vikten av att det är flera olika typer av människor som använder parkerna för att få en varierad och nyanserad funktion av hela området (Jacobs, 2010, s. 114-127). Vilket betyder att det ligger i betraktarens ögon att avgöra vad som är en bra park eller ej (Jacobs, 2010, s.126). Konstnären kan använda sin vision för att skapa en park med många kvalitéer men det är fortfarande besökarna och dess mångfald som avgör om konstnärens visioner och idéer har fungerat.

Jacobs beskriver fyra yttre egenskaper för att göra en stadspark populär. Sinnrikhet, centrumbildning, sol och inramning. Sinnrikheten syftar till att parken ska kunna nyttjas av många och med flera olika användningsområden. Besökaren ska inte tröttna på parken utan vilja återkomma och uppleva en stor variation av den. Centrumbildningen består av att det finns en plats som ska fungera som samlingsplats och där upplevelsen av parken når sitt klimax. Jacobs anser att repetition i parken inte är att föredra och kallar det för att marschera på stället (Jacobs, 2010, s.129). Solens roll är avgörande för om personer vill vistas i en park eller inte, det är viktigt att värmen och naturen kan avnjutas men även av skuggan. Gränserna mellan park och omkringliggande områden har en stor betydelse, det ska tydligt framgå vart dem går (Jacobs, 2010, s.128-131). Besökare av parker brukar uppfatta vissa kvalitéer eller egenskaper hos dem. Det går att sortera dessa egenskaper på olika sätt i Framtidens parker har dem gjort åtta klassificering beroende på vilka aktiviteter som parken lämpar sig för. I ena änden av spektrumet finns parker med vildmarkskaraktär (wilderness) som lämpar sig för aktiviteter som fotvandring eller naturutflykter. Parker med skogsprägel (forest) där det lämpar sig för motions promenader och terräng löpning. I andra änden av spektrumet finns Torgprägel (square) som är mer anpassad för exempelvis kulturella evenemang (Andersson, 1991, s. 26-36).



Figur 1, visar de olika typer av parker och friytor (Andersson, 1991, s. 28)

Parker ska upplevas med alla sinnen. Parker som lyckas bättre med detta brukar uppskattas av barn då det finns möjlighet till utforskning. Mystiska platser som stimulerar fantasin eller parker där det går att möta och undersöka konst är ett exempel på det (Andersson, 1991, s. 38).

5. Bakgrund

Det finns flera sägner kring jätten Garpe och Garpedansberget. I underlaget till parken finns det två stycken berättelser om uppkomsten av namnet. Den ena handlar om en arg och vresig jätte som blev lurad av människor att äta 300 ojästa limpors bröd. Efter måltiden lurade människorna jätten att dansa. Under dansen började limporna jäsa och jätten svällde tills han sprack, där han låg stelnade han blev själva Garpedansberget (Kvarnsjö, 1989). Den andra förklaringen som ges är sjöfarande under vikingatiden kan ha tagit med sig ordet garp som ska betyda puckel eller örnnäsa. För att senare har gett namn på både tyskar (garpar) och till sägen Garpe (Cornell, 1999).

Under samtal med lokalbefolkningen har även andra sägner hörts, som att jätten Garpe bodde i berget med prinsessan Alfsol och sina rikedomar. I berget ska det finnas en stor skatt i som går att finna, bara ingången hittas och de tre magiska orden sägs.

Konstnären Jan Pol har valt att gestalta sagofigurerna med inspiration hämtad från sägner, myter och folksagor från trakten kring Garpedansberget (Pol, 2014).

Garpe och troll är något som är väletablerat i Gamleby utöver Jätten på centrumet så finns det även andra företag som knyter an till Garpe samt att Gamleby intresseförening anordnar Garpe dagen, där årets heders Garpe utses (Cullberg, 2014).

De äldre personerna har intervjuats bekräftar att sägnen om Garpe och påpekar att det är en gammal sägen som lever kvar och bidragit till den identitet med Garpe och troll som finns i Gamleby.

5.1 Aktörer

Kulturkraft i Norra Tjust började som ett projekt (Fakta om konststigen, 2004) för att senare bli en ideell förening under 2003 (Ansökan om ideellförening, 2003).

I föreningens stadgar står det föreningen ska fungera som ett nätverk för att bevara och utveckla kultur och kulturturismen i norra Tjust (Stadgar, 2002). Bertil Dolk från Kulturkraft i Norra Tjust har varit projektledare under skapandet av skulpturparken (Lägesrapport två, 2004). Målet med parken är även att få upp fler besökare till Garpedansberget. Kulturkraft i Norra Tjust är ägare av skulpturparken och sköter underhållet. Föreningen har även lagt ut gästböcker i parken sedan den öppnades 2007 och har idag över ett 10-tal fulltecknade gästböcker (Dolk, 2007).

Det finns ett samarbete mellan Kulturkraft i Norra Tjust och Gamlebys intresseförening (Gamleby intresseförening, 2003). Gamleby intresseföreningen är en lobbyorganisation som verkar för att ta tillvara på medlemmarnas intresse och utveckla orten Gamleby (Gamleby intresseförening). De är delaktiga i många olika projekt och kan ses som en paraplyorganisation (Cullberg, 2014). Gamleby intresseförening har haft en aktiv roll kring skulpturparken då de har stått om den på deras hemsida och det är troligtvis den mest utförliga hemsidan om skulpturparken då både visit Västervik och visit Småland hänvisar till intresseföreningens hemsida (Västervik.com),(visitsmaland.se). När det gäller skulpturparken har Gamleby intresseförening haft kontaktuppgifter på hemsidan så intresseföreningen har även fungerat som en informatör för skulpturparken då Kulturkraft i Norra Tjust saknat hemsida (Cullberg, 2014), (Dolk, 2014). Under arbetes gång har intresseföreningens hemsida uppdateras och det framgår att Kultkraft är ägare till parken och ett nummer för kontakt med dem har lagts till.

Intresseföreningen har exempelvis tidigare besvarat frågor om hur parken hittas, om den passar pensionärsgrupper samt om den är gratis. Det är många olika människor som har ringt bland annat bussbolag som har hört om platsen och vill ha någonstans att stanna på vägen genom Småland (Cullberg, 2014).

Jan Pol, konstnären som stått för det kreativ och skapande av skulpturerna i parken (Dolk, 2014). Jan Pol var en av initiativtagarna till Kulturkraft i Norra Tjust som senare anställer honom som konstnär till projektet (Visionsdokument, 2002). Jan Pol är en etablerad konstnär på orten som har gjort flera verk bland annat jätten på taket till Gamleby centrum (Dolk, 2014). Centrumet ändrade namn efter att konstverket kom på plats och heter idag Garpe Gamleby Centrum (Företagsfakta), (Dolk, 2014). Jan Pol har haft både små som stora visioner för skulpturparken då han har idéer som att naturen ska få ha sin gång med skulpturerna "naturen och konstnären är två skapare" (Jan Pol, 2014). Samt att skulpturparken ska bli en stor turistattraktion så här uttalade Jan Pol innan projektet startade "Dels skulle parken bli en turistattraktion. Det skulle vara en perfekt turistattraktion att gå en tur på Garpedansberget och titta på skulpturerna. De lokala företagen skulle kunna sälja "Garpekorgar" med utflykts mat" (Alvarsson, 2003). I Västerviks tidning går det att läsa om hur parken kommer bli ett kulturturistmål som kan locka både barn som vuxna att upptäcka platsen (Petersson, 2007).

Kommunens roll kring skapandet av skulpturparken har varit uppmuntrande men passivt de accepterar projektet och gett den grönt ljus genom kultur och fritidsnämnden. De uppmanar till att skulpturparken ska utformas, så att parken kan vinna Gamlebybornas gillande (Alvarsson, 2004). Kommunen har uppmärksammat de protester som har rört projektet. Kommunen har överlåtit marken till Kulturkraft i Norra Tjust kostnadsfritt som har ansökt om den. Kommunen avsäger sig allt ansvar för skulpturparken både praktiskt, ekonomiskt och juridiskt samt om projektet inte faller väl ut eller när det upphävs ska marken återlämnas till kommunen i samma skick som de mottogs (Kommunledningskontoret, 2004). Att kommunen inte har en aktiv roll i parken har även diskuterats efter skulpturparkens öppnande då konstnären Jan Pol ville att kommunen ska ta över driften och ägandet av parken. Kommunen svarar att det är Kulturkraft i Norra Tjust som är den formella ägaren till skulpturparken och att kommunen som tidigare nämnts är fira från ansvar kring parken samt att de har ett välfungerande samarbete med Kulturkraft i Norra Tjust (Kultur och fritidsförvaltningen, 2007).

6. Resultat

En av personerna som intervjuats är Annika Stagård som driver ett Café i Gamleby. Annika Stagård lyckats kombinera sin caféverksamhet och skulpturparken genom att anordna sagovandringar på berget två dagar i veckan under sommaren som är högsäsongen (Stagård, 2014). Inspirationen till sagovandringen och Grimhild som Annika Stagårds trollkaraktär heter fick hon från lokala sagor och sägner (Andersson, 2012). Den ekonomiska vinningen kommer genom att fikakorgar i olika prisklasser som säljs från Stagårds café till den som även köpt en sagovandring. Hon även har ett samarbete med campingen i Gamleby som har erbjudande som involverar en sagovandring med Grimhild till deras gäster som bokar en campingstuga inom viss tid (Kustcamp, 2014). Det är även möjligt att boka en privat vandring genom skulpturparken med Grimhild (Stagård, 2014). Annika Stagård har en bakgrund inom teater och ser skulpturparken som en gigantisk teater scen (Stagård, 2014). Campingen har även gjort en intressant koppling mellan Skulpturparken och Astrid Lindgrensvärld i Vimmerby genom att marknadsföra dem på samma broschyr som ett komplement till varandra (Kustcamp, 2014).

Det visar på att skulpturparken kan användas för att kombinera turism och ekonomi genom att bygga på den historia som skulpturparken är grundad kring, exemplet med Astrid Lindgrens värld visar på att det är barn och barnfamiljer som kan tänkas vara målgruppen för båda dessa attraktioner. Självklart kan båda attraktionerna besökas av flera och skulpturparken lämpar sig för en bredare publik då den är kostnadsfri och ligger i ett strövområde. Tanken är att alla mellan 1 och 99 år ska kunna använda parken (Dolk, 2014). Det är kopplingen mellan attraktionerna som visar på att det går att skapa lokal tillväxt genom att Campingen har utnyttjat sagovärlden/historien som finns i regionen för att kunna locka turister, detta är ett exempel på aktörer som har lyckats med co-branding. Där regionen är platsen och sagovärlden det som säljs.

Det är svårt att mäta vad eventuella marknadsföringars strategier får för utfall då det i nuläget inte är möjligt att övervaka antalet besökare i parken då den är kostnadsfri och ingen statistik finns över antalet besökare. Därför blir det svårt att utvärdera om skulpturparkens marknadsföring har haft någon inverkan. Kulturkraft i Norra Tjust har tryckt upp flyers med turistinformation om berget. Det finns en version på tryckning nu, som kommer att ha information även på tyska (Dolk, 2014). De flesta satsningar på marknadsföring har hittills varit lokalt förankrade, då flyers har delats ut på bibliotek och lokala turistbyråer och liknande inrättningar (Dolk, 2007). I flyern skrivs det knappt om jätte Garpe men det går att läsa om ovanligt vackra vyer och Garpedansberget (Garpes vänner i Gamleby).

Planer på att Kulturkraft i Norra Tjust ska lansera en egen hemsida som ska sälja in och ge information skulpturparken vilket välkomnas ur ett platsmarknadsföringsperspektiv. Dolk konstaterar att flyers är lite utspelade och förlegat idag (Dolk. 2014).

6.1 Uppfattningar och upplevelser kring skulpturparken

Under 2010 sändes sommarpärlor i tv, där tv4 profilerna Josefine Crafoord och Ann Söderlund åker runt i programmet för att uppleva olika svenska turistattraktioner. I säsongens sista program besöker dem Skulpturparken i Gamleby. Som förslag på aktivitet vid parken är att ta med en picknick och låta fantasin flöda samtidigt som saft och bullar avnjuts. Crafoord säger att det är en bra sommarpärla, men att man kanske inte sätter sig i bilen och åker från andra sidan Sverige, men passeras Gamleby är det perfekt att stanna till speciellt om det är en barnfamilj. Söderlund tycker att väl upp på berget kommer en belöning i form av en lustgård (Sommarpärlorna, 2010).

I Bloggen kottar på vift som handlar om utflykter med barn har de besökt skulpturparken under 2012. Parken beskrivs som rätt "cool" och lämpar sig för barn över två år som kan klättra runt och utforska miljön och skulpturerna. Det fungerar väl som ett stop på vägen för att kunna få sträcka på benen under en bilfärd (kottar på vift, 2012).

En insändare i Västervik tidningen 2004-04-10 skriver en invånare i Gamleby hur konstnären Jan Pol har missförstått Garpar och att han med sin gestaltning inkräktar på berglandskapet. Debattören påpekar att Garpar är en benämning på Tyskar som härjade i Sverige under medeltiden (Erlansson, 2004). Debattören ställer frågan om kommunen gått över huvudet på invånarna i Gamleby och lyckas samlat in cirka 250 underskrifter på tre dagar. Insändare undrar även vad som har hänt med de synpunkter som lämnades under en utställning om parken. Debattörens budskap är att det går göra Gamleby mer attraktivt för turister utan att ändra miljön på berget, insändaren hävdar även att processen som leder fram till parken har gått illa till (Erlansson, 2004).

I Sveriges radio P4 Kalmar rapporterar dem om "Troll och andra sagofigurer har blivit en stridsfråga i Gamleby." (Sveriges radio, 2004). Skulpturerna som ska locka turister till Gamleby ger blandade känslor och det har skrivits protestlistor under projektets gång (Sveriges radio, 2004).

Det finns även positiv respons i media som berör Garpedansberget. En artikel handlar om att stigen upp till Garpedansberget har åtgärdats och att nya parkbänkar kommer att sättas ut. Detta har skett på grund av ett medborgarförslag från Bertil Dolk (Insändare, 2007). Bertil Dolk är även involverade i projektet med att rusta upp parken, berget och det området som skulpturparken befinner sig i (Brandin, 2004). Vilket gör att en koppling mellan de aktörer som är involverade i skulpturparken och även i andra projekt som gynnar parken.

Kritiken mot projekt som har framkommit kan delas in i tre kategorier, religiösa aspekter, estetiska aspekter och okunskap. Många av de protester som har funnits har haft religiösa förtecken som att "bevara Sverige från det ockulta" (Protestlista, 2004). Samt att några vill ha "något trevligare och ljusare på berget" (Protestlista, 2004).

Den estetiska kritiken går ut på att människor har haft åsikter om att trollen helt enkelt är fula och denna kritik kan böttna i estetiska så väl som religiösa aspekter. Att skulpturen på Garpe Gamleby centrum har väckt starka känslor är inget nytt, då den är skapad för att väcka intresse. Jätten ska bli ihågkommen (Dolk, 2014). Flera tycker att det räcker med ett troll. Det finns även en kritik som bygger på okunskap där kritikerna hävdar att kommunen inte ska satsa pengar i detta projekt och hellre lägga pengar på skola och omsorg. De som framför denna kritik kan inte varit upplysta om att kommunen inte finansierat detta projekt. Om den här informationen framkommit borde inte den här typen av kritik uppstå (Protestlista 2004). Det tyder på att informationen kanske inte har varit helt tydlig under hela projektet. Kritiken gjorde även att arbetet blev uppskjutet tre sommarmånader, genom att ett överklagande till kommunen kom in angående att överlåtandet av marken till Kulturkraft i Norra Tjust inte var tillräckligt förankrat bland lokalborna (skrivelse till kommunstyrelsen, 2004). Kritiken kring skulpturparken har svalnat sedan parken byggdes, idag känner Bertil Dolk inte av de stämningar som tidigare fanns mot parken. Detta beror på att den dialog som fördes mellan parterna gav resultat där Bertil Dolk fört fram informationen om att det är Kulturkraft i Norra Tjust som har stått för finansiering via donationer och bidrag (Dolk, 2014).

Mer kritik som uppkommit efter parkens färdigställande är att Kulturkraft i Norra Tjust inte har marknadsfört parken och att konstnärens skulptur inte får rätt mängd uppmärksamhet. Kritiken riktar sig mot marknadsföringen för att locka turister till platsen, att det bör göras en tydligare ingång till parken och sätta upp informations skyltar om skulpturparken i och vid infarterna till Gamleby (Suhr, 2007).

Kulturkraft i Norra Tjust besvarar kritiken genom en insändare av Bertil Dolk där de skriver att det var svårt att veta när parken skulle bli klar och därmed inte kunnat göra en stor kampanj år 2007 då parken öppnade. Det är ett långsiktigt projekt och att mer marknadsföring kommer att komma samt att de har tryckt upp 10 000 flyers som ska delas ut på bibliotek och turistinformationer (Dolk, 2007).

6.2 Platsbeskrivning av Skulpturparken Garpes vänner

Observationen började vid Gamla torget i Gamleby. Redan då syns Garpedansberget tona upp bakom husen. Vid torget finns det flera skyltar på en stolpe som visar vägen till olika lokala områden, på en av skyltarna går det att läsa "Garpedansberget 250 m". Följes riktningen på skylten hamnar man på Loftagatan. Efter en tio minuters promenad längs med Gamlebyviken på en bred gångvärd som går parallellt mellan bilvägen och bergets slutning, kommer en stor parkering som både rymmer bilar och bussar. Den sträcka som har avräkas är betydligt längre än 250 meter, men i ena änden av parkeringen sitter det en skulptur och pekar på en skylt och en uppgång i skogen bakom den. I andra änden av parkeringen finns det en annan väg som ser både bredare och mer underhållen ut. På skylten står det

"Jätten Garpe är i Gamleby köpcentrum för att handla till den stora festen på Garpedansberget. Garpes vänner är uppe på berget och väntar på Er. Där uppe finns inte mindre än ett 80-tal konstverk utförda av Jan Pol, numera bosatt i Polen. Vägen upp till trollstigen är brant. Vandrigen bland konstverken går i orörd bergsnatur. Hela rundan är cirka 700 meter lång och efter halva sträckan finns en rastplats med magnifik utsikt över Gamlebyviken"

Det som står på skylten är sant, vägen upp på berget börjar väldigt brant. Det är en bra bit upp på berget innan den första vilobänken kommer, än har inte några sagoväsen börjat uppenbara sig. Bänken är belägen vid en skarp sväng, där vägen fortsätter som en serpentinväg upp. Inte långt efter det står den första skulpturen och ser förskräckt ut över att det kommer in besökare i deras värld. Sju år efter att den placerades ut har lite mossa börjar få sitt fäste på den, det ser naturligt ut där den sitter på den sten som den har blivit utplacerad på. Stigen är inte lika brant längre och den börjar grena ut sig i flera mindre stigar. Lite längre upp sitter nästa skulptur och den börjar komma allt tätare efter det. Under promenaden måste både uppmärksamheten riktas på de skulpturer som gömmer sig bland berg och träd lika väl som naturen och vart ens fötter sätts ner,

annars är det lätt att snubbla på rötter och stenar. Det är inte bara skulpturer på berget utan även vad som ser ut att vara hållristningar. De flesta av skulpturerna ser ut att ha anpassat sig väl till naturen, de står, sitter eller lutar sig mot träd och stenar medan växligheten har sin gång. Träden börjar omfamna en del av skulpturen med sina grenar. Mot slutet av parken och en bra bit på berget står det en ensemble med skulpturer som ser ut att lyssna på varandra. Stigen fortsätter vidare och kommer fram till en bössa som sitter fast på stolpar ur berget. På bössan går det att läsa "FRIVILLIGT BIDRAG för underhåll och utveckling av stigen Kulturkraft i Norra Tjust" Bakom bössan finns det en skylt som visar vägen åt ena hållet rastplats och utsikt, åt det andra nedgången. Väl uppe på berget kan utsikten av Gamlebyviken och omkringliggande nejder avnjutas. Området på berget är ganska flackt, flera bord och bänkar är utställda samt en papperskorg och ett bord som ser ut som en skolbänk med lock som går att öppna. Under locket finns det en gästbok som sitter fast med en vajer samt pennor för att kunna skriva om sitt besök i parken. Skylten nedgång leder efter en kortare promenad till den bredare och mer underhållna stigen på andra änden av parkeringen.



Bild 1, troll i skulpturparken, fotograf Viktor Melin

6.3 Mer aktivitet på berget

Den skylt som är med i platsbeskrivningen "Garpedansberget 250 m" pekar mot ett lusthus som finns på berget. Lusthuset invigdes under 2012 (Lönn, 2012). Det är Gamlebys intresseförening som ansvarar för lusthuset och marken arrenderas från kommunen (Cullberg, 2014). Lusthuset syns bra från nästan hela byn och visar att det går komma upp på berget (Dolk, 2014). Både Gamlebys intresseförening och Kulturkraft i Norra Tjust är intresserade av att förbättra stigen mellan lusthuset och skulpturparken med bättre väg, anslagstavlor och skyltar som visar att det finns flera aktiviteter ovanför Gamleby, då det saknas idag (Cullberg 2014), (Dolk, 2014).

6.4 Finansiering

Skulpturparken har blivit finansierad av Tjustbygden sparbank och kustlandet (Slut budget skulpturparken). Tjustbygdens Sparbank delar ut stipendium, som används till regionala och lokala samhällsnyttiga insatser för att verka för en positiv drivkraft i Västerviks kommun (Om Tjustbygden). Under perioden 2002-2011 gav stiftelsen nära 36 miljoner i bidrag inom fyra olika kategorier där kategorin kultur har fått strax över fyra miljoner under samma period. Stiftelsen ger bidrag till kulturprojekt som ska stimulerar kulturklimatet, utvecklar eller bevara kulturarv (Tjustbygden bidrag). Skulpturparken i Gamleby fick ett stipendium på totalt 160 000 kr under projektets gång från Sparbanksstiftelsen (Slut budget skulpturparken). Den summan de fått av Sparbankstiftelsen kan matchas genom europabidrag från kustlandet (Dolk, 2014). Kustlandet är ideellförening som bedriver landsbygd utveckling längs med Sverige ostkust, där näringslivet bland annat domineras av turism. Kustlandet verkar för bättre förutsättningar för boende och de som verkar på landsbygden samt för att bevara känslig natur- och kulturmiljö. Finansiering för deras samarbeten kommer främst från Eu samt svenska staten men även berörda län kan medfinansiera olika projekt (Kustlandet). Arbetsförmedlingen har gett särskilt arbetsstöd till konstnären under projektets gång (lägesrapport, 2004) För varje timme ideellt arbete på projekt har det fått extra finansiering, det har gett totalt 70 000 kr för ideellt arbete (Slut budget skulpturparken). Övriga pengar har kommit andra finansiärer som Akzo Nobel Nippon Paint, SAAB Barracuda, landsting och länsstyrelse (Finansiering). Mellan 2004 och 2007 har skulpturparken fått 1 miljon kronor i finansiering (Slut budget skulpturparken).

7. Diskussion

Skulpturplatsen har blivit en unik plats genom att figurerna bidrar till nya kvalitativa och kulturella särdrag som har givit området ett nytt användningsområde både fysiskt som mentalt. Både Kulturkraft kraft och konstnären Jan Pol har haft visioner om att skulpturparken skulle bli ett besöksmål och främja turismen. Konstnärens vision om att skulpturparken skulle uppmärksammas och bli en rikskänd turistattraktion har inte uppfyllts helt "jag vill egentligen att det skulle sprida mera om detta i Sverige och inte bara i den kommunala, säga norra Småland ... jag bor i Norrköping där vet ingenting många människor (om parken)" (Pol, 2014). Konstnären själv är medveten om detta. Parken har lyckats etablera sig med naturen enligt konstnärens vision. Kopplingen mellan förändringen av naturen och en ökad kommers är inte lika etablerad, men det finns exempel på lokalbor som lyckas utnyttja platsen i sina verksamheter, vilket betyder att till viss del har det skett en servicescape. Flera aktörer bland annat Dolk och sommarpärlorna föreslår att besökarna ska fika på berget och denna idé har Annika Stagård tagit till vara på och säljer fika korgar till besökare av skulpturparken. Bänkarna högst upp på Garpedansberget lämpar sig väl för fika.

Gästböckerna från skulpturparken lyfts fram som ett bevis för att parken varit lyckad. Dock så är det svårt att bedöma parkens popularitet genom att endast utgå från gästböckerna. Att använda gästböcker för att kunna mäta popularitet är komplext då det är svårt att väga innehållet i olika kommentarer samt att antalet besökare inte är samma sak som antalet skrivna kommentarer i en gästbok. Det gästböckerna går att använda till är att se hur den socio-rumsliga dialektiken har varit till viss del, flera av kommentarerna beskriver kort om upplevelsen i parken samt att som besökare går att ta del av vad andra har gjort på platsen. Även om det är en liten förändring, så ändras platsen och upplevelsen av den när en ny kommentar skrivs i boken.

I Gästböckerna finns det anteckningar på olika språk bland annat tyska men svenska är det dominerande språket. Väldigt få har valt att skriva vart dem är ifrån i sina kommentarer. Gästböckerna visar på att människor har besökt parken. Det gäller även med blogginlägg, men informationen från besökarna är begränsad, vart de kommer ifrån och hur dem har hittat till parken framgår nästan aldrig. Då det inte finns någon kontroll över platsen är det väldigt svårt att se om någon marknadsföring lyckats. Detta visar på svårigheten med att analysera hur marknadsföring kring turism utvecklar sig, tidigare nämnda teorier belyser vikten av att ha övervakning av turistflödet något som inte varit möjligt i denna studie då det saknas en sådan övervakning av platsen.

Även om Jacobs skriver om amerikanska stadsparker så finns det flera aspekter och egenskaper som alla parker har, även skulpturparken i Gamleby. Det är svårt att få den användning för grönområden som från början var tänkt, men det viktiga är att dem används, vilket parken görs. De fyra egenskaperna som en park ska ha går att se i skulpturparken eller i direkt anslutning till den. Sinnrikheten består i att det går att välja olika stiger genom parken och även att det är möjligt att hitta olika skulpturer, det räcker inte med att gå i parken en gång för att ta in alla intryck. Högst upp på berget skådas en utsikt över Gamlebyviken. Där det finns flera bänkar utställda vilket gör att det blir en naturlig samlingsplats och centrumbildning i direktanslutning då själva skulpturparken inte erbjuder någon samlingspunkt av denna storlek. Eftersom det är en stadsnära naturpark och ska spegla en miljö passandes sägen, har den naturliga skogen och grönskan som skapar mycket skugga valts att bevaras. Det gör inget att solen inte är framträdande i parken eftersom centrumbildningen, som ligger i direkt anslutning till parken och erbjuder möjlighet till sol. Genom hela skulpturparken finns det smala upptrampade stigarna. Även om valet inte alltid är lätt att veta vart vägen leder så finns det en tydlig känsla vad som tillhör parkområdet och inte. Att markera ut parkens gränser skulle inte gynna parken, då det skulle inkräkta på platsens integritet. I framtiden parker försöker de att klassificera parker efter egenskaper. Skulpturparken har flera av de egenskaper som räknas upp, både naturutflykter och skogsnära promenader är lämpliga i området. Samtidigt som det som det finns stimulans både kulturellt och för fantasin i skulpturparken.

Skulpturparken har fått en regional spridning, många av besökarna som påträffades på berget var från kommunen det har även synts i lokalpress då parkens skapande har tagits upp i P4 Kalmar och Västerviks tidning. Att skulpturparken skulle vara en väletablerad turistattraktion för hela Sverige och i viss mån norra Europa är svårt att styrka men turism från både Sverige och Europa har förekommit. Det är en form av på vägen turism, vilket bekräftas av både av TV4 programmet Sommarpärlorna, blogginslag samt intervjuer med Cullberg.

Skulpturparken har lyckats platsmarknadsföra Gamleby genom att Jätten Garpe befinner sig i Gamleby köpcentrum för att handla. Det ska ses som positivt då det knyter ihop olika delar av Gamleby och stärker platsidentiteten, det är exempel på att dem har lyckas förbinda området med en produkt. Detta visar även att det finns en relativt stark lokal förankring kring Garpe. Vilket gör det möjligt att marknadsföra platsen utan att den ska tappa autenticitet, lokala aktörer ställer sig bakom identiteten och kan dra nytta av den, vilket är viktigt inom ett humanistisk geografiskt perspektiv.

Detta har i viss mån redan gjorts genom campingen och sagovandringarna med trollet Grimhild och de har lyckas skapa ett destinations mål av platsen.

Det motstånd som fanns mot parken från början, uppfattas inte när parken besöks idag. Det kan bero på att dem som inte samtycker till parken väljer att inte besöka den eller att Kulturkraft har lyckas övertyga motståndet till parken genom den dialog Bertil Dolk fört med lokalbefolkningen. Att parken blev uppskjuten för att kunna bli mer förankrat bland invånarna i Gamleby visar på att en process med fler aktörer tar längre tid men resultatet blir bättre och blir mer legitimerat. Det är alltid besökarna till en park som bedömer hur lyckad den är, en mångfald av besökare berikar platsen. Vissa grupper som äldre, handikappade samt sällskap med barnvagn kan ha svårt att besöka skulpturparken på grund av att den naturliga terrängen i skulpturparken är bevarad. Att skulpturerna knyter an till platsen genom att de är skapade av sägner från området gör att den blir platsunik.

De nya flyers som är på gång samt intresset att göra en egen hemsida visar att skulpturparken och Kulturkraft i Norra Tjust vill locka fler och nya besökare. Tanken att skulpturparken ska marknadsföra sig själv, kan fungera lokalt för dem som redan har kännedom om parken. För att nå en större publik kan det upplevas som att satsningen inte kommer att nå målet om att göra skulpturparken till en stor turistattraktion. För att nå en större publik bör kommunens passiva roll kring skulpturparken ändras, kommunens stöd kan komma att behövas för att förmedla turistinformation om skulpturparken. Som det ser ut i dagsläget så är alla aktörer nöjda med den uppdelningen som finns. Skulpturparken är inte den enda aktiviteten på berget, det går även att besöka ett lusthus.

Det finns redan idag intressen från både Kulturkraft och intresseföreningen att gemensamt marknadsföra dessa platser, vilket är ett bra sätt att få upp fler besökare på berget.

8. Slutsats

Skulpturparken skapades av Jan Pol som ett initiativ från Kulturkraft i Norra Tjust för att locka upp besökare på berget. Dels för att de ska få uppleva kultur och sägner och för att de ska få se utsikten från Garpedansberget. Det har lett till att den socio-rumsliga dialektiken har ökat för platsen. Skulpturparkens ursprungliga syfte med att bli en turistattraktion, det är svårt att se om den har införlivats i en större skala. Även om kännedomen har och försätter att öka. Det sker genom fortsatt marknadsföring av skulpturparken. Parken har blivit något av ett "på vägen" turistattraktion snarare än ett destinations mål.

Etableringen av parken har utnyttjat de naturliga förutsättningarna såväl som arvet från platsen, för att kunna förmedla mer än bara en promenad bland skulpturer. Det har bidragit till att förstärka en identitet för Gamleby. Skulpturparken har etablerats bra på berget och integrerats väl med naturen. Parken passar bra för flera aktiviteter som exempel promenad och rekreation. Platsen har flera egenskaper som krävs för att upplevas som en bra park för en bred publik. Området underhålls av Kulturkraft I Norra Tjust och ett medborgarförslag har lett till att bänkar placeras ut på berget vilket gör att upplevelsen bevaras och kan upplevas även i framtiden.

Från början fanns det ett stort motstånd till parken av tre anledningar religiösa, estetiska och okunskap. Det verkar som att skulpturparken har blivit mer accepterad idag. Projektet blev försenat på grund av att överlåtandet av marken blev överklagat, det positiva med förseningen var att det blev en större dialog och parken har bli mer förankrat med lokalbefolkningen. Flera olika aktörer använder parken idag, vilket berikar platsen. Visa grupper som handikappade, gamla och sällskap med små barn kan inte nyttja parken på grund av att den naturliga terrängen har valts att bevaras. Valet att behålla terrängen gör platsen autentisk och mystiken kring platsen finns kvar. Detta är positivt då det är enklare att platsmarknadsföra sig som en destination om det upplevs som autentisk.

Projektet har blivit finansierat av Sparbansktiftelsen Tjustbygden, Kustlandet, arbetsförmedlingen och privatfinansiering från Akzo Nobel Nippon Paint och SAAB, Barracuda. Att den har ett lokalt stöd från näringslivet gör att parken blir mer legitimerad. Skulpturparken har kostat 1 miljon kronor då projektet höll på mellan 2004 till 2007. Minst två andra aktörer har lyckats använda platsmarkandsföringen och servicescape som skulpturparken medför, för att stärka sina egna verksamheter så kallad place co-branding.

9. Källor- och litteratur förteckningar

9.1 Litteratur

Andersson, O (red) Stad och Land, 1991. (Nr 91) Framtidens parker!, MOVIUM-sekriteriater, Alnarp

Ashworth, G. Tunbridge, J. E. 2010. A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy. Arnold Press, London

Atkien, R. Campelo, A. Gnoth, J. Thyne, M. 2013. Sense of place: The importance of branding destination. *Journal of travel reaserch* . 53

Dahmström, K. 2011 (Upplaga 5) Från datainsamling till rapport: att göra en statistisk undersökning. Studentlitteratur, Lund

Dalen, M. 2007 (Upplaga 1) Interjuv som metod, Gleerups, Malmö

Ek, R. Hultman, J. 2007 (Upplaga 1:1) Plats som produkt. Författarna och studentlitteratur

Gren. M. Hallin P-O. 2013. (Upplaga 1.2) En ämnesteoretisk introduktion till kulturgeografi, Stockholm, Liber AB.

Jacobs, J, 2010. (Upplaga 2) Den Amerikanska storstadens liv och förfall, Daidalos, Göteborg.

Kajiser, L. & Öhlander, M (red). 2011. (upplaga 2:1) Etnologiska fältarbete, Lund, Studentlitteratur.

Kavaratzis, M. Ashworth, G. 2008. Place marketing: how did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development*, Vol. 1 Iss: 2, pp.150 – 165 Emerald Group Publishing Limited

Nedelea, A-M, Slusariuc, G. 2013 The role of cultural tourism in socio-economic regeneration of communities. *Revista de turism*. Nr 16.

Schött, K. m fl ,1998 Studentens skrivhandbok, Liber, Stockholm.

Trost, J. 2008. Att skriva uppsats med akribi, Lundsstudentlitteratur, Lund

9.2 Intervjuer

Bertil Dolk, intervjuad för sitt samband med Kulturkraft I Norra Tjust. Intervjuvad 2014-05-14 och 2014-05-16.

Jan Cullberg, intervjuad för sitt samband med Gamlebys intressförening. Intervjuvad 2014-05-14 och 2014-05-15.

Jerzy Przybyl alias Jan Pol, intervjuad som konstnär till skulpturparken. Intervjuad 2014-05-13.

9.3 Dokument

Ansökan om ideell förening, Kulturkraft I Norra Tjust, Ansökan till skatteverket för att bli ideell förening. Gamleby, 2003.

Ansökan om bidrag, Kulturkraft i Norra Tjustansökan till Sparbanksstiftelsen Tjustbyggden. Gamleby, 2003

Gamleby intresseförening, btr Garpedansberget, Gamleby intresseförening. Gamleby 2003.

Garpes vänner i Gamleby, VTT Grafiska AB, Vimmerby (Trycksak).

Information vid Garpedansberget, Kulturkraft I Norra Tjust, Gamleby.

Fakta om konststigen, Kulturkraft I Norra Tjust, Fakta om konststigen, Garpedansberget, Gamleby, 2004.

Finansiering, Kulturkraft I Norra Tjust, Gamleby.

Förutsättningar och aktuella projekt, Kultur Kraft I Norra Tjust. Gamleby, 2000.

Kommunledningskontoret, Västerviks kommun, 2004-10-04. Upplåtelse av mark på Garpedansberget. Västervik, 2004.

Kulturkraft I Norra Tjust, Visionsdokument, 2002, Gamleby.

Kultur och fritidförvaltningen, Västerviks kommun, 2007-08-14. Svar på e-postbrev ang skulpturparken på Garpedansberget. Västervik, 2007.

Lägesrapport, Kulturkraft I Norra Tjust, 2004-01-14,Projekt Garpedansberget Gamleby. Gamleby,2004.

Lägesrapport två, Kulturkraft I Norra Tjust, 2004-12-14,Projekt Garpedansberget Gamleby. Gamleby 2004.

Protestlistor, 2004, Kulturkraft I Norra Tjust, 2004, Protestlistor. Gamleby 2004.

Slut budget skulpturparken, Kulturkraft I Norra Tjust, Gamleby, Slut budget för skulpturparken i Gamleby 2007.

Skrivelse till kommunstyrelsen, 2004-06-07, Inger Erlansson, m.fl., Gamleby, 2004.

Stadgar för Kulturkraft I Norra Tjust, Gamleby, 2002-04-29, Stadgar för Kulturkraft I Norra Tjust. Gamleby. 2002.

Överklagande till kommunen, Gamleby, 2004-06-07, Överklagande till kommunstyrelsen Västerviks kommun. Gamleby. 2004.

9.4 Artiklar

Alvarsson, U. 2003. Pol hämtar inspiration från sägner, Västerviks tidning 20 september
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2295164> (hämtad 14-05-18).

Alvarsson, U. 2004. Grönt ljus till Garepedansprojekt, Västerviks tidning, 13 maj
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2308981> (hämtad 14-05-20.)

Andersson, P. 2012. En trolsk vandring i bergen, Västerviks tidning, 27, juli
<http://www.vt.se/nyheter/?articleid=6493483> (hämtad 14-05-20).

Brandin, H, 2004. Snart växter skulpturer på Garpedansberget, Västerviks tidning, 9 februari
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2318890> (hämtad 14-05-22).

Dolk, B. 2007. Det blir mer marknadsföring Västerviks tidning, 24, augusti
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2205852> hämtad (2014-05-20).

Erlansson, I. 2004. Vill vi ha jättar och troll på Garpedansberget? Västerviks tidning, 10 april
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?ArticleID=2307260> (hämtad 14-05-08).

Insändare. 2007. Stig till Garpe åtgärdas, Västerviks tidning, 24 januari
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2075462> (hämtad 14-05-09).

Lönn, E. 2012. Lusthuset på Garpedans invigt, Västerviks tidning, 7 juni
<http://www.vt.se/nyheter/?articleid=6444221> (hämtad 14-05-22).

Petersson, I. 2007. Nu kan vi vandra i Garpes spår, Västerviks tidning, 7 juni
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2182568> (hämtad 14-05-22).

Suhr, A. 2007. Dålig marknadsföring av figurer på Garpedans, Västerviks tidning, 21 augusti
<http://www.vt.se/nyheter/default.aspx?articleid=2204724> (hämtad 14-05-22).

Webbaserat material

Kustcamp, 2014. KustCamp 2014. pdf
<http://www.campa.se/11/res/erbjudandebld/Sagovandring.pdf> (hämtad 14-05-22).

Företagsfakta
http://www.foretagsfakta.se/Gamleby/Garpe_Gamleby_Centrums_F%C3%B6retagarf%C3%B6rening/1007037 (hämtas 2014-05-20).

Gamleby.se
<http://www.gamleby.se/> (hämtad 14-05-19).

Gamleby intresseförening fornlämningar
<http://www.gamleby.se/fornlamningar.html> (hämtad 14-05-18).

Gamleby intresseförening
<http://www.gamleby.se/intresseforening.html> (hämtad 14-05-13).

Gamleby intresseförening Garpedansberget
<http://www.gamleby.se/garpedansberget.html> (hämtad 14-05-12).

Kottar på vift, 2012-08-17. <http://kottarpavift.blogspot.se/search/label/Gamleby> (hämtad 14-05-29).

Kvarnsjö, K 1989
<http://www.tjust.com/gamleby/historia/garppuckel/indexgarp.htm> (hämtad 14-05-22).

Kustlandet
<http://www.kustlandet.com/sv/om-kustlandet.aspx> (hämtad 14-05-19).

Cornell, L 1999
<http://www.tjust.com/gamleby/historia/garppuckel/index.htm> (hämtad 14-05-22).

Om Tjustbygden
<http://www.sparbanksstiftelsentjustbygden.se/om-stiftelsen/index.htm> (hämtad 14-05-19).

SCB 2010 Tätortsbefolkning efter region och vart 5:e år
<http://www.scb.se/> - hitta statistik - statistik efter ämne - befolkning - befolkningsstatistik - folkmängd - Folkmängden per tätort. Vart femte år 1990 - 2010 - tätorter, 2010 - visa alla världen - Gamleby (hämtad 14-05-21).

Sommarpärlorna, 2010 video. Youtube,
<http://www.youtube.com/watch?v=3sUDhh0sQeg> (hämtad 14-05-22).

Sveriges Radio P4 Kalmar. 2004. 22 april
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=86&artikel=403711> (hämtad 14-05-12).

Tjustbygden bidrag
<http://www.sparbanksstiftelsentjustbygden.se/bidrag/index.htm> (hämtad 14-05-12).

Visitsmaland.se
<http://www2.visitsmaland.se/sv/se-gora/a401175/garpedansberget/detaljer?page=2&filter=c%3D19414%3Ba%3D155-8> (hämtad 14-06-03)

Västervik.com
<http://www2.vastervik.com/sv/se-gora/a381669/garpedansberget/detaljer?filter=c%3D19819> (hämtad 14-05-22).

9.5 Illustrationer

Anderson, L. Karta Västervik, 2014. Data från Lantmäteriet.

Andersson, O (red) Stad och Land, 1991. (Nr 91) Framtidens parker!, MOVIUM-sekriteriater, Alnarp.