

Turister, kultur og fortælling -som historie(r), meningsfulde oplevelser og co-creation

Turister, oplevelse, fortælling

Summary, Delprojekt 3

Indhold

➤ Hovedresultater	3
➤ Baggrund og formål	5
➤ Teoretisk baggrund	6
➤ Kildemateriale	8
➤ Britiske turister i København – hovedpointer	9
➤ Tyske turister i København – hovedpointer	10
➤ Fællestræk – tyske og britiske turister	11
➤ Tyske turister i Vestjylland – perspektivering	12
➤ Opsamling – produktudvikling	13
➤ Opsamling – formidling	14
➤ Perspektiver	15

3

Hovedresultater



<http://www.travbuddy.com/travelblogs/15291/Copenhagen-34#5>

- ▶ Britiske og tyske turister fortolker og fortæller Danmark forskelligt. Det lave britiske kendskab til Danmark udmønter sig i en mere *opdagende* tilgang til dansk kultur, hvor imod tyske turister i højere grad har tilegnet sig danskerne og dansk kultur på forhånd. Det gør briterne mere interesserede i nye og uventede oplevelser, mens tyskerne har større fokus på enkelte attraktioner, når rejsen skal fortælles.
- ▶ I udviklingen af nye kulturtilbud kan der med fordel arbejdes med en generisk model (Fig. 1) for sammenhængen mellem turisme og kultur, hvori indgår aspekter som dannelse, sammenligning, opdagelse, verificering og dokumentation. Adresseres disse aspekter i udviklingen af konkrete events, vil der være en stærkere basis for videreformidling.
- ▶ Det er kendetegnende, at fortællingerne generelt er åbne i forhold til forventningerne til Danmark, men at fortællingerne som regel har en lykkelig udgang med en fremhævelse af positive overraskelser ved opholdet i landet.

Hovedresultater



- ▶ Turistfortællingen fra Danmark er på tværs af de to grupper karakteriseret ved en manglende italesættelse af dansk immateriel kultur. I stedet fokuseres på enkelte symbolske objekter og landemærker f.eks. Smørrebrød og Den lille Havfrue. Der kan med fordel arbejdes med fortællinger, der går bag om det observerbare.
- ▶ Danmark betragtes som en ”off the beaten track”-destination i en europæisk kontekst. For de to grupper gælder, at Danmark enten fortælles som et stop på vejen til en større Europarejse (for tyskerne også Danmarksrejse) eller som en kort ferie f.eks. en weekendtur. Det kan med fordel udnyttes ved i endnu højere grad at italesætte de uopdagede aspekter.
- ▶ Kulturoplevelserne i byrummet og i landskabet skaber værdi også i turistfortællingen. Kulturinstitutionerne kan med fordel arbejde med at bringe kulturen ud af institutionernes fysiske rammer og i stedet møde turisterne i gadelivet.

Baggrund og formål

- Baggrund: Delprojekt 3: Turisme, Kultur og Fortælling er gennemført af Sydvestjyske Museer for Kulturstyrelsens Culture Plus-projekt, Delprojekt 6 Markedsresearch og Historiefortælling.
- Formål: At analysere internationale turisternes tilegnelse og formidling af dansk kultur med henblik på at øge videngrundlaget for fremtidige formidlingstiltag hos kulturinstitutionerne og at bidrage til vidensgenerering med henblik på bedre markedsføring af dansk kultur og kulturliv.
- Begrundelse for igangsætning: Turister søger i stigende grad viden hos ”peers”, og er ad nye digitale kanaler blevet aktive medskabere af turistoplevelsen. Dermed bliver det også interessant kvalitativt at undersøge, hvordan internationale turister møder, oplever og fortæller dansk kultur til andre turister mhp. at opnå en mere nuanceret forståelse for udfordringer og potentialer.*
- Analysen har ikke til formål at producere generaliserbar viden eller at give et fuldt repræsentativt billede af turistoplevelsen for de udvalgte grupper af internationale turister. I stedet skal undersøgelsen udvikle og anvende alternative metoder til at udvikle vidensgrundlaget om turisternes kulturforbrug i Danmark. På baggrund af analysen vil der dog blive fremsat en række forslag til fokuspunkter i produktudvikling og formidling.

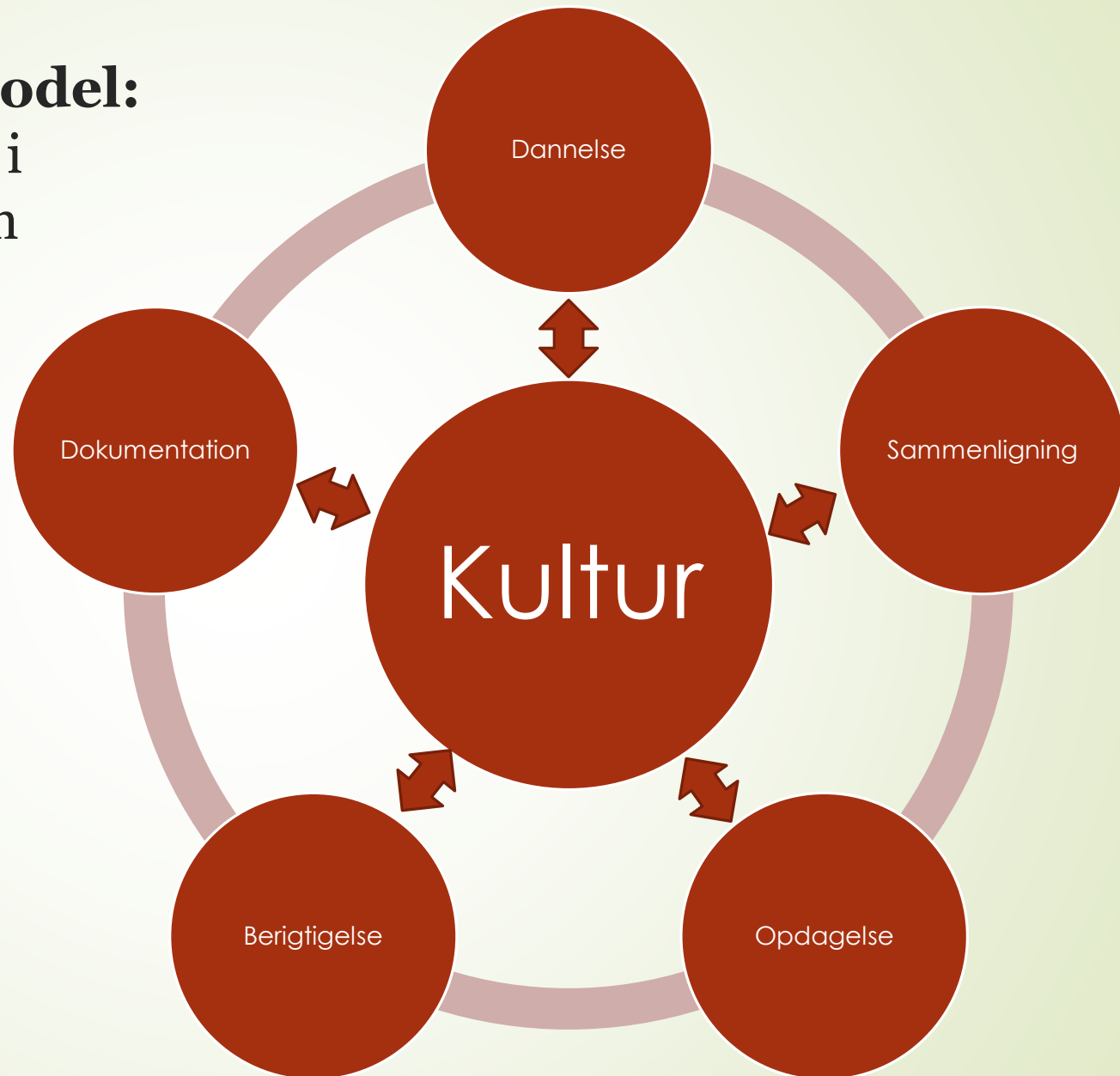
Kultur defineres i denne sammenhæng i en bred forstand som konkrete fysiske attraktioner og events, men også som den immaterielle og materielle kultur(arv), der findes i landskabet og byrummet samt i hverdagslivet.

Teoretisk baggrund

Analysen har taget udgangspunkt i det *generiske* blik på kulturens rolle i turistoplevelsen som et gennemgående træk siden turismens opkomst i slutningen af 1800'tallet. Baseret på eksisterende viden om turismens udvikling som socio-kulturelt fænomen er fem hovedelementer valgt ud, fordi de repræsenterer en gennemgående turistpraksis, som italesætter kultur frem til i dag, og de er centrale elementer i turistnarrativen. De fem elementer har fungeret som læsefilter og kodningsskema for de analyserede rejseblogs:

- Kultur som dannelse: Her spørges der til om, og i givet fald, hvordan kulturen i den enkelte fortælling figurerer som dannende i betydningen oplysende og kvalificerende inden for turismeblogger-fællesskabet
- Kultur som sammenligning: Her spørges der til, hvordan kulturen i fortællingen sammenlignes med andre destinationers eller den hjemlige med henblik på at give indblik i særlige danske karakteristika
- Kultur som opdagelse: Her spørges til, hvordan en opdagelsespraksis indgår i kulturoplevelsen. Hvad fortælles som nyt og interessant, og som værd at dele med andre rejsende?
- Berigtigelse: Her spørges til, hvilke på forhånd kendte attraktioner, steder og fænomener, der indgår i fortællingen som "must sees", og hvordan sådanne fortolkes og formidles i fortællingen.
- Dokumentation: Her spørges til hvordan kulturen indgår i det, man kunne kalde "troføjagt" – jagten på genstande og særligt fotos, der understøtter fortællingen om en særlig destination, som den rejsende har tilegnet sig.

Fig. 1 Generisk model:
Kulturens rolle i
turistnarrativen



Kildemateriale og metode

Kildemateriale:

- Online: rejseberetninger fra tyske og britiske rejsende (42 tyske og 63 britiske rejseberetninger). Fundet via systematiske søgninger på tyske og britiske platforme for rejseblogs.
- Interviews med 53 tyske turister langs Vestkysten.
- Analyseret (kodet) med udgangspunkt i den generiske model (Fig. 1) mhp. at undersøge hvordan dansk kulturliv indgår i rejseberetninger fra Danmark delt i virtuelle rejsefora
- Analysen er foretaget i erkendelse af, at aktive på blogplatformene er særligt engagerede rejsende og ikke som sådan repræsentative for internationale rejsende
- Rejseblogsene repræsenterer dog en bred gruppe af personer, som pga. deres engagement producerer rige beretninger og er med til at sætte en dagsorden for informationssøgende rejsende.

The screenshot shows a web browser displaying a travel blog entry on the TravBuddy.com website. The page title is "Busy Day - Part 1" by Dr_Seuss, dated July 24th, 2013. The main text describes a travel experience in Copenhagen, mentioning a change of plans, a meeting with Christian at the Hard Rock Cafe, and a visit to Tivoli. There are several photos: one of two men (Christian and the author) at Un Mercato, one of the Palads Cinema building, and one of a golden statue. A sidebar on the right shows a map of Europe with a travel route, a list of travel blog entries, and a list of photos. The website header includes navigation links for Destinations, TravBuddies, Hotels, and Forums, along with a search bar and social media links.

Britiske turister i København - hovedpointer



<http://www.travbuddy.com/travel-blogs/127690/Hangover-Day-2#48>

- **Dannelse:** København er ikke klassisk dannelse som f.eks. de klassiske italienske kulturbyer, men i stedet et sted for *rampling* – et begreb fra den klassiske britiske rejseberetning, som betegner en klassisk form for vilkårlig flakken omkring med udvalgte attraktioner som fikseringspunkter. København er i den sammenhæng en ”off the beaten track”-destination.
- **Sammenligning:** I de britiske fortællinger italesættes ofte sammenligningen med Storbritannien – på godt og ondt. Man spejler sig og reflekterer egen baggrund og identitet
- **Opdagelse, berigtigelse og dokumentation:** I kraft af ”Rambling-tilgangen” har briterne stort fokus på at ”opdage” nyt – samtidig med, at de opsøger de kendte attraktioner.

Tyske turister i København - hovedpointer



<http://www.geo.de/reisen/community/bildergalerie/reisebericht/562607/566293>

- **Dannelse:** I den tyske fortælling er København primært et stop – på vej til eller fra Vestkysten eller til resten af Skandinavien. Fortællingen om Danmark er ofte nostalgisk, men primært kystområderne.
- **Sammenligning:** De tyske turisters sammenligning går primært på andre storbyer. København fortælleres som ”sjov” og løssluppen i byrummet, hvilket dog ikke italesættes som et særligt kulturelt karakteristika.
- **Opdagelse, berigtigelse og dokumentation:** De tyske turister har fokus på berigtigelse af kendte attraktioner, men tager gerne nyopdagelser med i forbifarten

Fællestræk – tyske og britiske turister



<http://www.travbuddy.com/travelblogs/96069/photos#14>

- **Dannelse:** Der søges ikke en særlig dansk kultur i form af livsstil eller folkesjæl. Det særligt danske søges i relativt få symbolske steder og objekter fx smørrebrød, hotdogs eller den lille havfrue og Tivoli.
- **Sammenligning:** København er fuld af åndehuller og oaser, autentisk og naturlig, men det findes også i resten af Skandinavien
- **Opdagelse, berigtigelse og dokumentation:** Den klassiske, overraskende og skæve kultur i gadebilledet fascinerer turisterne, men der er langt større potentiale for at ”jagte trofæer” i form af særlige steder (størst, først og unikt) i de øvrige Skandinaviske lande

Tyske turister i Vestjylland - perspektivering



<http://www.geo.de/reisen/community/bild/220405#gallerySlider>

Dannelse: Ferien ved den jyske vestkyst er rekreation – åndeligt og fysisk, men landskab og kultur flyder ofte sammen. Turistfortællingen kan ikke dvæle ved landskabet, og kulturen bliver en vigtig del af fortællingen.

Sammenligning: Den danske vestkyst udgør kontrasten til Tyskland. Denne kontrast er ikke tydelig i forhold til København. I fortællingen om Vestkysten spiller en særlig dansk karakter eller folkesjæl en rolle i fortællingen.

Opdagelse, berigtigelse, dokumentation: Berigtigelse er et centralt omdrejningspunkt for tyskerne langs Vestkysten. Naturen ”tjekkes” ifht. forventninger og erindringer. Opdagelseselementet ved den jyske Vestkyst fokuserer til gengæld på det skæve, det overraskende og sammensmeltningen af natur og kultur. Over halvdelen af de delte fotos fra tyske turister ved den danske vestkyst har kulturhistoriske motiver (historiske, kunstneriske eller arkitektoniske) eller har dagliglivskarakter.

Opsamling - produktudvikling



<http://www.travbuddy.com/travel-blogs/110614/Alas-Poor-Yorick-6#2>

- Københavns turister vægter kulturen i bylivet, og der bør arbejdes på at styrke de tilbud, som mødes i byrum og landskab
- Nye kulturtilbud til britiske og tyske turister bør tænke i serendipitet (den tilfældige opdagelse) –aha-oplevelser i byrummet og kulturlandskabet – og veje til at følge op på sådanne erfaringer.
- Turisterne versionerer til en vis grad deres fortolkning og fortælling af kulturhistorie efter den nationale kontekst, de kommer fra. Derfor bør kulturel oversættelse lettes og formidlingen tænkes inkluderende
- Særligt i kystområderne pga. de regionale forskelle, men også ved de enkelte institutioner kunne man arbejde sammen om at øge vidensgrundlaget om turisterne og inddrage denne viden i formidlingen.
- De tyske og britiske rejseblogs afspejler en metamoderne kulturbrug, der eksisterer mellem det seriøse og det legende og hele tiden rummende en dualitet. Tilbud kan med fordel balancere humor og oprigtighed i det, der opleves som dansk og vedkommende.
- Da Danmark for disse grupper har en ”off the beaten track”-status, er der særligt grundlag for at arbejde med den turistmæssige dokumentationspraksis bl.a. ved at facilitere indsamlingen af skæve trofæer. Det kan med fordel kombineres med temaruter o.l. af typen ”kom og vær med i jagten”

Opsamling - formidling

Serendipitet

Fortællingen om serendipitet – den tilfældige og unikke oplevelse i relation til dansk kultur kunne med fordel styrkes

Inklusion

Fortællingerne om dansk kultur og kulturarv bør tage udgangspunkt i fælles referencerammer

Trofæsamling

Fortællingerne om dansk kultur kan med fordel henvise til mulighederne for dokumentation og trofæsamling

Metamodernitet

Kommunikation der både leger med med- og modfortællinger om dansk kultur og attraktioner

Perspektiver

- ▶ Opsummerende kan det siges, at Danmark både i de tyske og britiske rejseberetninger ikke alene repræsenterer en overordnet positiv fortælling, men også en *god* fortælling. Ofte én, der begynder med en vis reservation. Omvendt er der ikke eksempler på, at Danmark eller København udråbes til et favoritrejsemål i bloggernes samlede rejsekarriere.
- ▶ De undersøgte rejseblogs tjener, hvis man tager kommentarerne fra andre læsere for pålydende, til at øge potentielle rejsendes interesse i at besøge Danmark, derfor er vigtigheden af at nå og påvirke ad sådanne kanaler ikke blot relevant, men selve undersøgelsen af denne type af peer-to-peer kommunikation kan vise sig yderst frugtbare. Undersøgelsen har fremhævet behovet for at understøtte denne type af kommunikation.
- ▶ Undersøgelsen har - ud over at trække en række temaer frem med potentiale for at forbedre produktudviklingen og kommunikationen med udgangspunkt i dansk kultur som noget særligt – også peget på en række spørgsmål, som med fordel kunne forfølges nærmere. Det handler bl.a. om at udbrede undersøgelsen til andre grupper af turister, om at undersøge relationerne mellem kulturoplevelser i byrummet og landskabet og kulturoplevelser i traditionelle fysiske institutioner og rammer. Men der er også interessante perspektiver i det konkrete oversættelsesarbejde, som turisterne begiver sig ud i i mødet med dansk kultur – ikke mindst hvordan der kan arbejdes med at udvikle undersøgelselementet i kunst- og kulturhistoriske tiltag.

Blogfortegnelse

Tyske blogs:

GEO Reisecommunity:
<http://www.geo.de/>

Campingbus.de: <http://www.camping-bus.de/>

Womoknipser.De:
<https://plus.google.com/+WomoknipserDe/posts>

Enkelte private hjemmeside med enkeltstående beretninger

Britiske blogs:

Travelpod: <http://www.travelpod.com/>

TravBuddy:
<http://www.travbuddy.com/>

Wanderlust:
<http://www.wanderlust.co.uk/>