

TOURISM AND THE HERITAGE: CONFLICT OR CO-OPERATION?

TOURISME ET PATRI- MOINE: CONFLIT OU COOPÉRATION?

DAG MYKLEBUST

WHEN THE TOURIST INDUSTRY sells Norway to tourists and travellers, the country's natural scenery has traditionally been the main constituent in the product which is being marketed. The major advantage of this is that it activates the economy in a number of areas where the possibilities for other forms of economic activity are few or diminishing. There are therefore always strong local political interests associated with any development within the tourist industry, and so it is not so strange that there is an intensive search for places which the tourist would want to visit, with advantageous side effects to the hotel and restaurant industries.

The situation is complicated because one is searching for a tourist product which will be of interest to as many people as possible and it must therefore contain a whole combination of elements. When evaluating the importance of a cultural subject, one must regard it in association with the whole product or package deal. This evaluation will also be a determining factor for possible investments in the product.

Having accepted this commercial aspect of our cultural heritage, I shall now proceed to give my views on the relationship between the tourist industry and the protection of our national monuments: is it one of conflict or collaboration?

The relationship between tourism and the protection of monuments can be considered from two main angles. Firstly, tourism can augment the resources of a monument, thereby putting the owner in a position to be able to improve its conservation. In this case tourism is a protective force. Secondly, tourism can increase the risk of damage to a monument in the form of erosion, vandalism or fire. In this case it is a destructive force from which the monument should be protected.

QUAND L'INDUSTRIE TOURISTIQUE vend la Norvège aux touristes et aux voyageurs, c'est le décor naturel du pays qui constitue traditionnellement le principal ingrédient du produit qui a été lancé sur le marché. Le gros avantage du tourisme est d'encourager les activités économiques dans nombre de régions où les possibilités d'autres formes d'activité économique sont peu nombreuses ou en diminution. Aussi y a-t-il toujours de sérieux intérêts politiques locaux liés au développement de l'industrie touristique. De ce fait il n'est pas étrange que l'on soit à l'affût des endroits que les touristes souhaiteraient visiter, avec les avantages qui en découlent pour l'industrie hôtelière.

La situation se complique du fait que l'on est à la recherche d'un produit touristique qui soit intéressant pour le plus grand nombre, et c'est pourquoi il doit être composé de tout un amalgame d'éléments. Quand on évalue l'importance d'un objet culturel, on peut le considérer par rapport au produit global ou « tout compris ». Cette évaluation sera aussi un facteur déterminant pour les investissements possibles dans le produit.

Une fois admis cet aspect commercial de notre patrimoine culturel, je vais maintenant passer à l'exposé de mes conceptions sur la relation qui existe entre l'industrie touristique et la protection de nos monuments nationaux: est-ce une relation de conflit ou de collaboration?

La relation entre le tourisme et le Patrimoine culturel peut être considérée sous deux angles principaux.

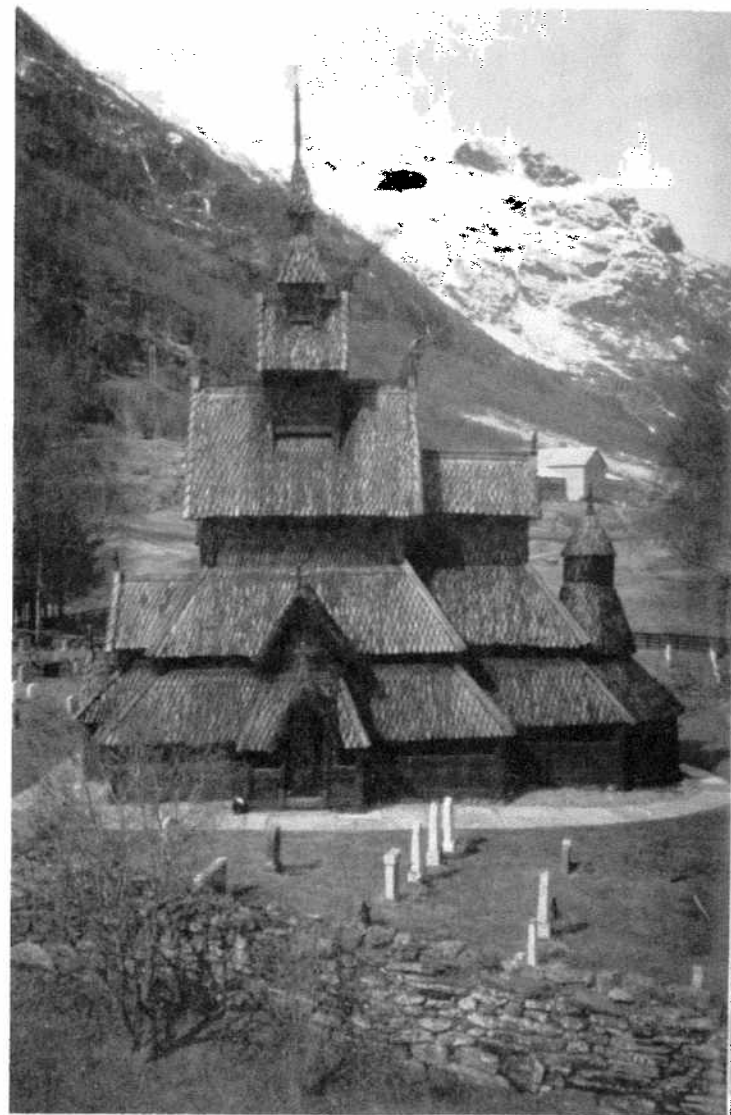
Primo, le tourisme permet d'accroître les ressources d'un monument, mettant ainsi le propriétaire en mesure d'améliorer sa conservation. Dans ce cas, le tourisme est une force protectrice.

Secundo, le tourisme peut augmenter les risques de dégradation d'un monument, sous forme d'usure, de vandalisme ou d'incendie. Dans ce

The encounter between the tourist and the monument in the majority of cases is a meeting between these two forces. The task of heritage protection must be to cancel the effect of the negative force. The time perspective of heritage preservation work ideally speaking is eternity, and even in practice it is much more than one generation.

Within the idea and essence of heritage preservation lies the concept that *use* of monuments is a social benefit, a positive thing. To *use up* a monument on the other hand is totally unacceptable. The nation's monuments are a non-renewable resource and only when this is clearly recognised can one begin to make arrangements for their use. And as soon as the tourist industry recognises this as an important premise for including monuments in the development of their products, then the monument conservationists for their part will, as far as resources allow, be ready to collaborate in the organisation of tourism based on monuments. Of course there should be collaboration. But in addition there will of necessity be a mass of conflicts whose solutions must be sought by investing in better protection for the monuments. These investments, which will involve many interested parties, will also be able generally to improve the quality of the product.

In this article some ideas will be put forward about how one can think strategically in developing a product which at the same time is both protective to monuments and will enhance their quality. In order to put these ideas in a more concrete form, I shall begin by taking two Norwegian examples. I have chosen them on the basis of a conference which was held in Basle in the spring of 1985 with the theme "Conservation and Tourism". There were participants from the whole world, although the tourist industry itself was too weakly represented for aspects of political economy to be presented in their full breadth. One of the main speakers took as his basic theme that monuments should be regarded as part of a society's physical infrastructure and as such further developed and activated, thereby creating new economic activities. This American speaker put forward a series of examples showing how his organisation "Partners for liveable places" had



L'église en bois debout de Borgund, Sogn, construite vers 1200. Le monument le plus recherché par le tourisme.

cas, c'est une force destructive dont il faut protéger le monument.

La rencontre entre le touriste et le monument est dans la majorité des cas une rencontre entre ces deux forces. La tâche des conservateurs du patrimoine est de neutraliser les effets de la force négative. La perspective temporelle du travail de conservation du patrimoine est, dans l'idéal, l'éternité, et, même dans la pratique, il s'agit de bien plus qu'une génération.

Au centre de l'idée et de la conception de sauvegarde du patrimoine se trouve la notion qu'*utiliser* les monuments est un bénéfice social, une chose positive. *User* un monument est en revanche totalement inacceptable. Les monuments de la nation sont un capital non-renouvelable et c'est seulement lorsque ceci sera clair pour

succeeded in injecting new life into town centres.

In Norway we have a good example of the vitalising force of a monument in the *rock carvings* at Hjemmeluft in Alta. This monument can quite properly be described as a part of the infrastructure of the local society. But we also have a good example of how a monument's relationship with the existing infrastructure can lead to a threatening form of tourism calling for active resistance from the conservationists: *Borgund stave-church*.

Let us take the more positive example first. In terms of political economy, it is the thriving industry which a local municipal authority will be most interested in getting established. In the early 1970s an industrial estate was being planned in Alta. On the site which was chosen, archaeologists found large areas with rock carvings which were of considerable significance. A couple of years later a new attempt was made to lay out an industrial site. The archaeologists were no less enthusiastic about the new rock carvings which were found. It is not surprising that frustration was mounting in the municipal offices in Alta and there were some people who were not entirely enamoured of the protection of monuments. But, as we shall soon see, it was eventually realised that a new resource had been introduced to the district. It should also be added that Alta now has its industrial site which has been laid out on an area of reclaimed land.

The enormous area of rock carvings, the first parts of which were found in 1973 and whose very extent was a sensation in itself, proved to be of unusually great scientific value. Inasmuch as they comprised carvings from different periods and the different groups could be dated both relatively and absolutely, there was here a sort of reference system for comparing equivalent carvings from the whole of Scandinavia. This is of interest for specialists as well as for the specially interested tourist. For Alta as a community it was more important that here was a series of narrative pictures where people could recognise animals, boats, human figures — a rich and manifold pictorial world whose meaning one could partly read, partly use as a stimulus for one's imagination. It is also fascinating to know that these pictures were made by people who lived from 6,000 to 2,000 years before us.

For the archaeologists who undertook the investigation, enthusiasm over the finds became

tout le monde que l'on pourra prévoir des aménagements pour leur usage.

A partir du moment où l'industrie touristique admettra ce principe fondamental avant d'inclure les monuments dans l'exploitation de ses produits, alors les conservateurs des monuments de leur côté seront prêts, autant que les finances le leur permettront, à collaborer à l'organisation d'un tourisme fondé sur les monuments. Bien sûr il devrait y avoir collaboration. Mais il y aura en plus nécessairement des conflits dont les solutions doivent être trouvées en investissant dans une meilleure protection des monuments. Ces investissements, qui impliqueront les nombreuses parties intéressées, seront aussi susceptibles d'améliorer en général la qualité du produit.

Dans cet article seront énoncées quelques idées sur la stratégie à élaborer pour exploiter un produit qui soit à la fois une protection pour les monuments et un moyen de rehausser sa qualité. Pour m'exprimer d'une façon plus concrète, je commencerai par prendre deux exemples norvégiens. Je les ai choisis en fonction d'une conférence qui s'est tenue à Bâle au printemps 1985 sur le thème « Conservation et tourisme ». Il y avait là des participants du monde entier, mais l'industrie touristique elle-même était trop peu représentée pour exposer pleinement les aspects de la politique économique. Le thème de base d'un des principaux intervenants était que les monuments devaient être considérés comme une partie de l'infrastructure physique de la société, et en tant que telle, devaient être exploités et rendus plus productifs, créant par conséquent de nouvelles activités économiques. L'orateur américain présenta un certain nombre d'exemples montrant comment l'organisation « Partenaires pour des endroits où il fait bon vivre » avait réussi à insuffler une vie nouvelle dans des centres urbains.

En Norvège, nous avons un bon exemple de l'effet vitalisant d'un monument avec les *gravures rupestres* de Hjemmeluft à Alta. Ce monument peut être de plein droit considéré comme faisant partie de l'infrastructure de la société locale. Mais un autre exemple démontre à l'inverse que la relation d'un monument avec l'infrastructure existante peut mener à une forme redoutable de tourisme, appelant une résistance active de la part des conservateurs: *l'église en bois debout de Borgund*.

Prenons d'abord l'exemple le plus positif.

En termes de politique économique, une auto-



Visitors to the rock carvings at Jiebmaluokta/Hjemmeluft in Alta, Finnmark, are conducted along paths and walkways, which are also accessible for wheelchair users.

Les pétroglyphes de Jiebmaluokta/Hjemmeluft à Alta, Finnmark. Allées piétonnes pour visiteurs, accessibles aussi aux fauteuils roulants.

gradually mixed with concern about how they could be protected. The hunt for rock carvings became a popular sport in Alta and very often the discoveries were "improved" with new carving or touched up with colours. Kilroy was here, too! In some places the carvings which had been uncovered from their previously sheltered existence beneath the turf were being subjected to wear from the general traffic. The answer to the problem was to make the area accessible for visitors by laying out a system of walkways. As long as people keep to the paths, there is protection from both vandalism and erosion. At the same time it means that the public are guided to the most interesting carvings. Information boards have been erected: in 1986 there were eleven, 17 are planned in all. When completed, the system of paths will be 3 km long, with loops making it possible to take a shorter route. The walkways have been designed by local architects, and have been constructed in weatherproofed wood. The work has been partly carried out with the help of a government funding scheme involving unemployed labour on short-term contracts. The paths

rité municipale sera avant tout intéressée par l'établissement d'une industrie prospère. Au début des années 1970, une zone industrielle était en projet à Alta. Sur le site choisi, les archéologues trouvèrent de grandes surfaces couvertes de gravures rupestres d'une importance considérable. Deux ans plus tard, une nouvelle tentative fut faite pour créer une autre zone industrielle. Les archéologues ne furent pas moins enthousiasmés par les nouvelles gravures rupestres qui furent alors découvertes. Il n'est dès lors pas surprenant que des sentiments de frustration se soient accumulés dans les bureaux municipaux d'Alta et qu'il y ait eu quelques personnes qui ne partageaient pas le même enthousiasme pour la protection des monuments. Mais, comme nous le verrons, on avait tout de même compris qu'une nouvelle richesse était découverte dans la région. Il faut ajouter à cela qu'Alta avait enfin obtenu sa zone industrielle, installée dans une région de terrains amandés.

L'énorme superficie des gravures rupestres, dont les premières ont été découvertes en 1973, et dont l'étendue même était une sensation en soi,

are accessible to wheelchair users.

Thanks to the efforts, above all, of Tromsø Museum, with the support of the museum authorities locally, the value of this relatively newly-discovered monument is now appreciated by the municipal authorities in Alta, and the work of making it attractive for visitors is being carried out with enthusiasm. There are guided tours in the tourist season and a new museum connected with the carvings is going to be built. As much as possible of the area's present use will be retained, so there will still be salmon fishing here, and the fish drying racks and the first postwar houses will remain standing. New boathouses will be erected in order to provide for contact with the sea. Elements from recent history will have their place here as long as they are commensurable with archaeological interests.

There is no desire to seal off an area like this with barbed wire and other devices in order to secure total protection. However, this presupposes both organised supervision and a strong social control in order to ensure adequate security. Income from tourism will eventually be ploughed back into the security, supervision and development of the area.

For Alta a great flow of tourists will naturally provide an interesting economic spin-off. However, it is obvious that at 70°N this is well off the general routes. People are not likely to succumb to an impulse and turn off the motorway to pop up to Alta to see the carvings at Hjemmeluft. This means that an uncontrolled mass tourism is avoided, but it also means that one cannot reckon with being able to finance supervision and guiding at night as well during the day, for it so happens that with the midnight sun the summer nights in Finnmark are particularly good for looking at rock carvings. Let us hope that this is the reason why a number of tour operators have carefully arranged their visit to Alta outside the official opening hours and that it is not because of the desire to increase the profit margin by avoiding entrance fees and payment for organised guiding. Let us also hope that it is not these groups arriving without official supervision who are responsible for defacing the carvings with spray paint and coloured felt pens, such as has unfortunately occurred.

From the beginning the planning and organisation in Alta have been directed towards the visitor

s'avéra d'une valeur scientifique inhabituelle. Dans la mesure où l'on y trouvait des gravures de différentes périodes et où l'on pouvait dater les diverses catégories à la fois d'une manière relative et d'une manière absolue, il y avait là une sorte de système de référence permettant de les comparer aux glyphes équivalents dans la totalité de la Scandinavie. Ceci est intéressant pour les spécialistes, également pour les touristes particulièrement motivés. Pour Alta, en tant que communauté, il était plus important qu'il y eût là une série de peintures narratives, où les gens pouvaient reconnaître des animaux, des bateaux, des figures humaines, un monde pictural riche et multiple dont on pouvait en partie lire la signification et dont l'autre partie pouvait stimuler l'imagination. Il est également fascinant de savoir que ces images ont été faites par des gens qui vivaient entre 6000 et 2000 ans avant nous.

Pour les archéologues qui entreprirent les recherches, l'enthousiasme provoqué par les découvertes s'est petit à petit mêlé d'inquiétude face aux problèmes de protection. La chasse aux gravures rupestres devint un sport populaire à Alta, et très souvent, les trouvailles étaient « embellies » de ciselures nouvelles ou de retouches de couleur. « Kilroy était là, aussi! » A quelques endroits, les gravures, arrachées à leur existence antérieure protégée sous le gazon, ont été soumises à l'usure de l'affluence générale.

La réponse au problème fut de rendre la zone accessible aux visiteurs en aménageant un réseau d'allées. Tant que le public se cantonne dans les sentiers, la protection est assurée contre le vandalisme et l'usure. En même temps, cela implique que le public est guidé vers les gravures les plus intéressantes. Des panneaux d'information ont été dressés: en 1986, il y en avait 11, on en a prévu 17 en tout. Quand il sera achevé, le réseau des allées sera long de 3 km, avec des raccourcis permettant une visite plus rapide. Les allées ont été conçues par des architectes locaux, et construites en bois imprégné résistant aux intempéries. Les travaux ont été réalisés en partie grâce à des subventions du gouvernement utilisant de l'emploi vacant ou des contrats à court terme. Les sentiers sont également accessibles aux usagers en fauteuil roulant.

Grâce aux efforts, avant tout, du Musée de Tromsø, secondé par le musée local, la valeur de ce monument, dont la découverte est relativement

getting the most out of this unique monument. At the same time, its conservation is dependent on the visitor's loyalty — loyalty in the form of respect for the fact the monument has been shielded from direct accessibility, and loyalty in the form of the visitor's financial contribution towards this arrangement. Even a commercial enterprise should be able to take a moral responsibility. In any case this is necessary in order to establish a positive relationship with heritage protection and those responsible for carrying it out.

A souvenir industry has already grown up locally, where motifs from the rock carvings figure prominently. Evening handwork classes have also been started, based on the rich treasury of designs. Schools use the site for educational purposes, using specially designed programmes.

The total number of visitors in 1985 was restimated to be c.15 000. The system which is being planned should be able to take 80 000–100 000 visitors a year. There will be a cafeteria attached to the new museum. All organised groups of visitors must have a guide with them and tour operators who do not accept the terms will be refused admittance. It is hoped that all queueing with its attendant frustration will be avoided. The results of the vandalism which has already taken place will be left exposed, in the hope that the disgust which it evokes will have a preventive effect.

Alta museum will be responsible for local administration and the arrangements will constantly be based on the accumulated experience, combined with a general overall plan. There will therefore be a need for a continuous discussion concerning the development of the site.

As will be understood, the situation in Alta is not entirely without its problems. While it can nevertheless be said that the development there is on the right track, this is mainly due to two aspects. The monument was only discovered 14 years ago, so it has been possible to make arrangements for the general public right from the start. It has also been possible to let the monument become a part of the infrastructure of the local municipality, as a permanent installation playing its part in the development of the district's economic policy.

At Borgund stave-church the situation is the exact opposite. The infrastructure represents in itself a

récente, est maintenant reconnue par les autorités municipales à Alta, et les travaux pour le rendre attrayant aux touristes sont exécutés avec enthousiasme.

A la saison touristique, on organise des excursions et on projette de construire un nouveau musée consacré aux gravures rupestres. Autant que faire se peut, on conservera à la localité son activité actuelle, on continuera donc à pêcher le saumon, et les chevalets à sécher le poisson resteront dressés sur la plage, de même les maisons construites juste après la guerre. De nouveaux hangars à bateaux seront élevés afin de conserver le contact avec la mer. Certains aspects de l'histoire récente garderont ici leur place, aussi longtemps qu'ils seront compatibles avec les intérêts archéologiques.

Il n'est pas question d'enclorre une pareille superficie de fils barbelés, ou de tout autre dispositif, pour lui assurer une protection absolue. Néanmoins, une sécurité satisfaisante suppose à la fois une surveillance organisée et un certain contrôle social. Les revenus du tourisme seront éventuellement réinvestis dans la sécurité, la surveillance et l'exploitation du site. Pour Alta, une grande affluence de touristes amènera naturellement une intéressante relance économique. Or il est évident que 70° N, c'est en dehors des chemins battus. Les gens ont peu de chance de suivre un coup de tête et de quitter les autoroutes pour grimper jusqu'à Alta voir les gravures de Hjemmeluft. En d'autres termes cela signifie qu'on échappe au tourisme de masse incontrôlé, mais cela veut dire aussi qu'on ne peut compter sur la possibilité de financer la surveillance et le guidage de nuit comme de jour. Il se trouve justement que la lumière des nuits blanches de l'été au Finnmark est particulièrement favorable à la contemplation des gravures rupestres. Espérons que c'est là la raison pour laquelle de nombreuses agences de voyages ont soigneusement organisé leur visite à Alta en dehors des heures officielles d'ouverture et non pas par désir d'accroître leur marge bénéficiaire en évitant les droits d'entrée et les frais de visites guidées.

Espérons aussi que ce ne sont pas ces groupes de visiteurs sans surveillance officielle qui sont responsables des dégradations des gravures à coups de bombes de peinture ou de feutres de couleur, comme c'est malheureusement arrivé.

Dès le début, la programmation et l'organisation à Alta ont été destinées à procurer au visiteur



The position of Borgund stave-church beside the very busy Euroroute between eastern and western Norway with car-parking close up to the building presents a major problem.

threat to the conservation of the monument. The church lies right beside one of the main routes of communication between E and W Norway. No alternative routes exist for a great many miles. The road itself is the ideal route for tourist traffic based on a combination of natural scenery and culture. Traffic arriving by ferry from the west results in heavy concentrations of visitors at certain times. The topographical situation is unfavourable for coping with large numbers of people at the same time.

The church is owned by a private idealistic organisation, but is surrounded by a graveyard in current use. The part of the nave which is open to the public is only about 20 sq. m. in area. The wooden floor, parts of which are still medieval, has been showing strong signs of wear from sand brought in on the shoes of visitors. The graves have been trampled on by eager photographers, while the terrain generally is now in a very sad state of erosion. Large groups have had to wait in queues, while impatient guides have been continually urging those in front to hurry up. The whole atmosphere around this 800-year-old place of peaceful devotion and quiet contemplation has become pervaded by a mad commercial rush.

Borgund stave-church is visited annually by up to 67 000 visitors, about half of whom come in organised coach parties. The Central Office of Historic Monuments and the Stave-church Advisory Committee regard this as a clear case of the mis-use of a monument, in that it leads to a most unsuitable atmosphere, as well as erosion in and around the church. As a result, the Society for

L'église en bois debout de Borgund, Sogn: la situation à côté d'une route à grande circulation avec parc de stationnement dans le voisinage immédiat du monument pose un problème majeur.

le maximum de satisfaction. De ce fait, la conservation du site dépend de la loyauté des visiteurs à respecter l'accès réservé au monument, et de leur contribution financière à cet aménagement. Même une entreprise commerciale doit pouvoir prendre une responsabilité morale. En tout cas, ceci est la condition absolue à de bonnes relations avec ceux qui sont responsables de la protection du Patrimoine.

Une industrie de souvenirs s'est déjà développée localement, employant les motifs des gravures rupestres particulièrement remarquables. Des cours du soir de travaux manuels ont été organisés, sur la base du riche trésor des dessins. Les écoles utilisent le site à des fins didactiques, utilisant des programmes spécialement conçus.

Le nombre total de visiteurs en 1985 a été évalué à 15.000. Le réseau de sentiers en projet devrait pouvoir en accueillir 80.000 à 100.000 par an. Il y aura une cafétéria dépendant du nouveau musée. Tous les groupes de visiteurs devront être accompagnés d'un guide et les organisateurs de voyages qui n'accepteront pas les termes du contrat ne seront pas admis. Nous espérons pouvoir éviter toute file d'attente et les frustrations qui en résultent. Les traces du vandalisme qui s'est déjà manifesté seront laissées visibles, dans l'espoir que le dégoût qu'elles provoqueront aura un effet préventif.

Le Musée d'Alta sera responsable de l'administration sur le plan local et les aménagements bénéficieront constamment de l'expérience accumulée, intégrée à la planification générale. De ce fait, l'exploitation du site sera une source constante de débats.

Comme on le voit, la situation à Alta n'est pas entièrement exempte de problèmes. Si on peut cependant affirmer que l'évolution est en bonne voie, ceci est dû en grande partie à deux raisons. Le monument a été découvert voici seulement quatorze ans, si bien qu'il a été possible, dès le début, de faire des aménagements satisfaisant le grand public. On a pu aussi faire en sorte que le monument soit intégré à l'infrastructure de la municipalité et considéré comme une installation permanente jouant son rôle dans l'évolution de la politique économique de la région.

the Preservation of Norwegian Ancient Monuments, which owns the church, was asked to make proposals for reducing the number of visitors, preferably by half. The Society, whose idealistic aim is to protect ancient and historical monuments, have loyally tried to follow this injunction, thereby rousing a strong reaction from the tourist industry.

In the case of Borgund the problem has been forced on us and we *must* find a solution which puts the care of the monument first; anything else is totally unacceptable to the Central Office of Historic Monuments, which is delegated with power under the Cultural Heritage Act. This Act expressly forbids damage to protected monuments. The situation at Borgund and its possible solution will form the starting point for my thoughts about what kind of strategy is necessary in order to prevent or diminish the conflict between the Cultural Heritage Act and tourism. The work of protecting monuments must be made more professional in its approach. Moreover, it is equally important that the tourist industry establishes a professional attitude to what it is doing. The angry reaction which greeted the announcement about the reduction of the number of visitors at Borgund shows that the tourist industry should review its own position and acquire a more realistic outlook on its actions.

The tourist industry sells products for money. Tour operators enter into agreements with the suppliers of services in the transport, hotel and restaurant industries and sell in their turn packaged products. The product may also include the experience of natural scenery and for the operator this must be regarded on the whole as free, although at one of the scenic viewpoints, the Vøringfoss waterfall, it involves the outlay of a parking fee, so that it can be said that even in this branch there may be a commercial supplier. And then in addition there are the cultural experiences which may incur the expense of an entrance fee.

Borgund stave-church is a privately-owned building, and even if it is under public care through a parliamentary act, it is the owner who is responsible for protecting and maintaining it. The owner sells admission to the church and uses this income for administration and the maintenance and conservation of the building. In the same way as it is up to the supplier of any product to decide on an upper productivity limit, so it is up to the

En ce qui concerne l'église en bois debout de Borgund, la situation est exactement inverse. C'est l'infrastructure en elle-même qui représente une menace pour la conservation du monument. L'église se trouve juste à côté d'une des voies de communication les plus importantes entre l'est et l'ouest de la Norvège. Il n'y a pas d'autres routes possibles sur un grand nombre de kilomètres. La route est en elle-même le chemin idéal pour les touristes, combinant à la fois les charmes du décor naturel et de la culture. Les flots de touristes qui débarquent de l'ouest par le bac créent un véritable encombrement à certaines époques. La situation topographique ne permet pas de faire face à un grand nombre de personnes en même temps.

L'église de Borgund est la propriété d'une organisation culturelle privée, mais elle est entourée d'un cimetière en usage. La partie de la nef qui est ouverte au public n'a que 20 m² de surface. Le sol en bois, dont certains fragments remontent au Moyen Âge, a montré de terribles signes d'usure, à cause du sable que transportent les chaussures des visiteurs. Les tombes ont été piétinées par d'impatients photographes, et le terrain en général est dans un triste état d'érosion. Des groupes importants de visiteurs constituent de longues files d'attente, tandis que des guides impatients pressent constamment ceux qui sont devant d'aller plus vite. L'atmosphère autour de cet endroit de dévotion paisible et de réflexion tranquille, vieux de 800 ans, a été envahie par une ruée commerciale insensée.

L'église en bois debout de Borgund reçoit annuellement jusqu'à 67.000 visiteurs, dont la moitié viennent en car, en excursions organisées. La Direction des Monuments Historiques et la Commission consultative sur les Eglises en bois debout considèrent cette situation comme un exemple flagrant de mauvais usage d'un monument, aussi bien à cause de l'atmosphère totalement inadéquate qui y règne que des dégradations causées à l'église et son environnement. En conséquence, on a demandé à l'Association pour la Sauvegarde des Monuments norvégiens, qui possède l'église, de proposer de réduire le nombre des visiteurs, de préférence de moitié. L'Association, dont le but principal est de protéger les monuments, a essayé de se conformer loyalement à cette exigence, suscitant dès lors une vive réaction de la part de l'industrie touristique.

Dans le cas de Borgund, le problème nous a

owners of Borgund church to define what production level is acceptable. In this case, as in so many commercial undertakings, we also have public control. It is forbidden to sell poisoned food products; it is forbidden to sell over-consumption of stave-churches. This is an economic view of Borgund. But the Central Office of Historic Monuments wants least of all to close Borgund church. It does not wish to make it inaccessible for the general public. Borgund is part of a common heritage which *shall* be made accessible and understandable to the Norwegian public, and the Norwegian public also travels to Borgund as tourists. The most important factor of all must be that those whose cultural heritage includes Borgund are those who first and foremost get good use out of this monument. And if this is to be allowed to continue in the future, we must find another way of *administering* this cultural monument.

The cultural heritage authorities in Norway have quite clearly found themselves in a state of blissful innocence concerning the danger which an increasing stream of visitors has meant for the protection of monuments. The reason, of course, is that this has not so far been regarded as a great problem, or at any rate not one so noticeable that contingency plans were necessary to meet it. Naturally this has also meant that the tourist industry is used to being able to include monuments among its offers without encountering any special limitations or restrictions.

The conclusion at the conference in Basle was that an increasing stream of tourists to any monument must be met with "improved management", a term which comprises planning, organising and the day-to-day arrangements. Good management and administration must be based on a properly conducted analysis.

In England an extensive analysis has recently been carried out on the problems surrounding Stonehenge, which was subject to severe erosion because of the enormous stream of visitors. The report resulted in an extensive plan for organising the visits by the public and presenting the monument on its own terms. At the same time the plan will take care of the public's need for refreshment and recreation services. This might be termed the "stage management of a monument" with regard to visiting and experiencing it.

What we need is a planning system enabling us

poussés dans nos derniers retranchements, et nous *devons* trouver une solution qui fasse primer l'intérêt du monument. Aucune autre solution ne peut satisfaire la Direction des Monuments Historiques, qui en est responsable, en vertu de la Loi sur le Patrimoine culturel. Cette loi interdit expressément toute dégradation d'un monument classé. La situation à Borgund et une éventuelle solution constitueront le point de départ de mes réflexions sur la forme de stratégie nécessaire pour prévenir ou réduire le conflit entre la Loi sur le Patrimoine culturel et le tourisme. D'une part, il est urgent que les professionnels de la conservation montrent un peu plus de réalisme. Ensuite, il est tout aussi important que l'industrie touristique révise son attitude. La réaction de colère qui a accueilli l'annonce de la réduction du nombre des visiteurs à Borgund montre bien que l'industrie touristique devrait prendre conscience des conséquences de ses activités.

L'industrie touristique vend des produits pour de l'argent. Les agences de voyages passent des accords avec les distributeurs de services dans les industries du transport et de l'hôtellerie, qu'ils revendent à leur tour sous forme de voyage organisé. Le produit peut aussi inclure l'expérience personnelle du décor naturel ce qui, pour l'organisateur, devrait être gratuit, encore que la contemplation du paysage d'un des célèbres points de vue de Norvège – les chutes de Vøringfoss –, entraîne des frais de parking. On peut donc dire que, même ce domaine peut nécessiter un distributeur commercial. Il y a aussi les visites culturelles qui peuvent entraîner la dépense de droits d'entrée.

L'église en bois debout de Borgund est un édifice en propriété privée et, même si elle est sous surveillance publique, en vertu de la loi, c'est le propriétaire qui est responsable de sa protection et de son entretien. Ce propriétaire vend le droit d'admission dans l'église et utilise ce revenu pour l'administration, l'entretien et la conservation du bâtiment. Comme c'est au distributeur de n'importe quel produit de décider d'une limite à la productivité, c'est au propriétaire de l'église de Borgund de définir quel niveau de « production » est acceptable. Dans ce cas, comme pour d'autres entreprises commerciales, il existe aussi un contrôle public. Puisqu'il est interdit de vendre des produits alimentaires empoisonnés, il est également défendu de vendre une surconsommation

to create a product which will provide a qualitatively good experience for the visitor, but where the visit does not represent any threat to the monument.

Before we proceed with this type of thought process I must make it clear that it is not only a question of preventing erosion, but equally a question of *safeguarding* monuments. There are physical methods of dealing with erosion problems. Safeguarding the monument from fire and vandalism can be partly achieved through physical means and supervision, but the most important factor is the tourists' *attitude* to the monument which is being visited. Therefore a satisfied tourist who has had a positive experience represents a security for the object itself. There is a *frustration threshold* which must not be transgressed. If this happens, respect for the monument's non-tangibility will sink and vandalism becomes more likely. This means among other things that at any one time there must not be so many visitors in a church that an individual is prevented from seeing and experiencing the whole interior.

With this important condition in mind we can develop a method of thinking *strategically* when it comes to solving the possible conflicts between tourism and monument protection.

The first thing one must do is to clarify the monument's *capacity* for receiving visitors. How this can be measured will depend on the situation.

In the case of Borgund, for example, it is easy to calculate from the area of the accessible floor space the maximum number of visitors which can be allowed, if they are all to experience the church in a way which is positive and not frustrating. One can then stipulate the time which is necessary for a visit which will uphold the desired standard of quality of the product. On the basis of the opening times and the length of the tourist season it only requires a multiplication sum to find the theoretical capacity. When variations between high and low season are taken into account, one ends up with a practical capacity for Borgund of c. 30 000 visitors a year, or about half of the number at the time when the Central Office of Historic Monuments reacted.

Once the capacity has been determined on the basis of the existing situation, there are two ways to go. One can:

1. decide to limit the number of visitors to the capacity figure,

des églises en bois debout! Voilà comment concevoir l'exploitation du site de Borgund d'un point de vue économique. Mais la Direction des Monuments Historiques, moins que personne, ne souhaite la fermeture de l'église de Borgund. Elle ne désire pas la rendre inaccessible au grand public. Borgund fait partie du patrimoine commun qui doit être accessible et compréhensible au public norvégien et les Norvégiens voyagent aussi à Borgund en touristes. Il est fondamental que ceux dont le patrimoine culturel englobe Borgund soient aussi ceux qui d'abord et avant tout fassent bon usage de ce monument. Et si nous voulons autoriser les visites à Borgund dans l'avenir, nous devons trouver une autre manière d'*administrer* ce monument.

Les responsables des Monuments Historiques en Norvège se sont trouvés de toute évidence dans un état de bienheureuse innocence vis à vis du danger qu'un flot croissant de visiteurs fait courir aux monuments. Jusqu'à présent cela n'a pas été considéré comme un problème grave, ou tout au moins comme un problème suffisamment important pour qu'il soit nécessaire de prévoir des plans d'intervention. Naturellement cela signifie aussi que l'industrie touristique a pris l'habitude de pouvoir inclure la visite des monuments dans ses circuits sans rencontrer aucune limitation ni restriction spéciale.

La conclusion de la Conférence de Bâle a été qu'un afflux croissant de touristes sur le site de n'importe quel monument doit être tempéré par un « aménagement amélioré », une notion qui comprend la programmation, l'organisation et l'aménagement au jour le jour. Un bon aménagement et une bonne administration doivent être basés sur une analyse conduite d'une manière adéquate.

En Angleterre, une analyse en profondeur a été récemment réalisée sur les problèmes touchant Stonehenge, soumis à une grave usure à cause du flot énorme de visiteurs. Le rapport a débouché sur un programme extensif d'organisation des visites du public et de présentation du site dans les limites imposées par le monument lui-même. En même temps, le programme prend soin des besoins du public en rafraîchissements et en loisirs. Il s'agit, en fait, de la « mise en scène » du monument.

Ce qui nous fait défaut, c'est un système de programmation qui nous permette de créer un



Expectation or frustration? Tourists queuing at Borgund stave-church, June 1986.

or 2. investigate the possibilities of organising ("stage-managing") the visit *in another way* which will increase the visitor capacity.

The latter requires both new thinking and *investment*. We are in the unfortunate situation in this country that monuments are seldom owned by wealthy persons or institutions. Where local municipalities are involved, it can almost be taken for granted that their economy is in inverse proportion to the value of the monuments in their district. The resources of public bodies concerned with the protection of monuments are ridiculously low and the Society for the Preservation of Norwegian Ancient Monuments does not have the finances to undertake any large investment, such as at Borgund stave-church. If the tourist industry wishes to increase the capacity at an overworked monument, then that section of the industry which directly or indirectly will benefit from a larger number of visitors must also be involved in investing.

If the capacity number cannot be increased, then we must find out how the flow of visitors can be organised so that priority can be given to those with the most important reasons for seeing a particular monument. A visitor analysis must provide information about *who* is coming, *where from* and *in what way*. What *expectations* do they have about the monument and what is the *aim* of their visit? Having determined how many visitors we either will or can allow, and what group or groups of visitors we will give precedence to, we can then carry out a visitor analysis of a monument.

Our ultimate purpose must be twofold: we

Expectative ou frustration? Touristes faisant la queue à l'église en bois debout de Borgund, Sogn, juin 1986.

produit fournissant au visiteur une expérience qualitative du monument, mais sans que la visite représente une menace pour le monument.

Avant d'aller plus loin dans ce type de réflexion, je dois préciser qu'il n'est pas seulement question de prévenir l'usure, mais tout autant de sauvegarder les monuments. Il y a des méthodes physiques pour traiter des problèmes d'usure. Protéger un monument de l'incendie et du vandalisme peut être en partie réalisé au moyen de méthodes physiques et grâce à une bonne surveillance, mais ce qui compte le plus, c'est *l'attitude* des touristes à l'égard du monument qu'ils visitent. C'est pourquoi un touriste satisfait, qui a vécu une expérience positive, représente une sécurité pour l'objet lui-même. Il y a un *seuil de frustration* à ne pas franchir. Si cela arrive, le respect pour l'intouchabilité du monument va disparaître et faire place au vandalisme.

Cela signifie entre autres choses que le nombre de visiteurs dans une église ne doit jamais, à aucun moment, empêcher un seul visiteur de voir et d'apprécier l'ensemble de l'intérieur.

C'est avec cette importante condition à l'esprit que nous devons concevoir une méthode de réflexion *stratégique* pour résoudre les conflits possibles entre le tourisme et la protection du monument.

La première chose à faire est de définir clairement la *capacité* du monument à accueillir les visiteurs. C'est la situation qui déterminera la manière dont on mesurera cette capacité.

Dans le cas de Borgund, il est facile de calculer le nombre maximum de visiteurs en fonction de l'espace disponible si l'on veut que tous aient une expérience positive et sans frustration. On peut alors fixer le temps nécessaire pour la visite, en fonction de la qualité du produit, compte tenu des horaires d'ouverture et de la longueur de la saison touristique. Une simple multiplication donnera alors la capacité théorique. Lorsqu'on fait intervenir les variations entre haute et basse saison, on obtient une capacité théorique d'environ 30.000 visiteurs par ans, soit à peu près la moitié du nombre enregistré à l'époque de l'intervention de la Direction des Monuments Historiques.

Une fois la capacité déterminée, en tenant

want to arrange it so that the visit maintains a high quality as a tourist product, but does not at the same time contribute to erosion or become a security risk. The second factor can be achieved by ensuring that the tourist gains *respect* for the monument and does not cross the *frustration threshold*.

Examples of questions which can be asked are:

WHAT CAN BE DONE BEFORE THE VISIT?

How do we get the visitors we want?

What can be done about this at the marketing stage?

Is it necessary to choose between individuals and groups?

What sort of prior agreements should be made?

What can be done to regulate the flow of visitors with regard to ferries and buses?

How can the marketing of a monument create respect for it?

In what context is the visit a part-product?

Is this context significant for the way the visitor will behave?

WHAT CAN BE DONE EN ROUTE TO THE VISIT?

Can information be provided on the way to the monument which will create respect for it?

Can one explain the circumstances concerning the monument so that any possible restrictions are understood and obeyed?

HOW CAN THE ARRIVAL BE STAGE-MANAGED?

How can parking be arranged so that the tourist must approach the monument in a way which heightens the experience and creates reverence? The movement involved between stopping the car or bus and arriving at the actual object is exceedingly important: if the visitor approaches quietly and expectantly, the experience will become intensified.

How is the sale of tickets organised?

What can be controlled through the entrance fee?

Can the flow of visitors be organised by means of different types of tickets?

Can anything be achieved by having a variety of offers, for example to groups of pensioners or non-commercial tour operators?

How are the toilet facilities?

Are there reasonable refreshment facilities?

compte de la situation existante, il y a deux manières d'agir. On peut:

1. décider de limiter le nombre des visiteurs à la capacité moyenne, ou
2. chercher des possibilités d'organiser (de « mettre en scène ») la visite d'une manière différente pour augmenter le nombre de visiteurs.

La deuxième solution exige une nouvelle manière de penser et des *investissements*. Malheureusement, dans ce pays, les monuments appartiennent rarement à des personnes ou à des institutions fortunées.

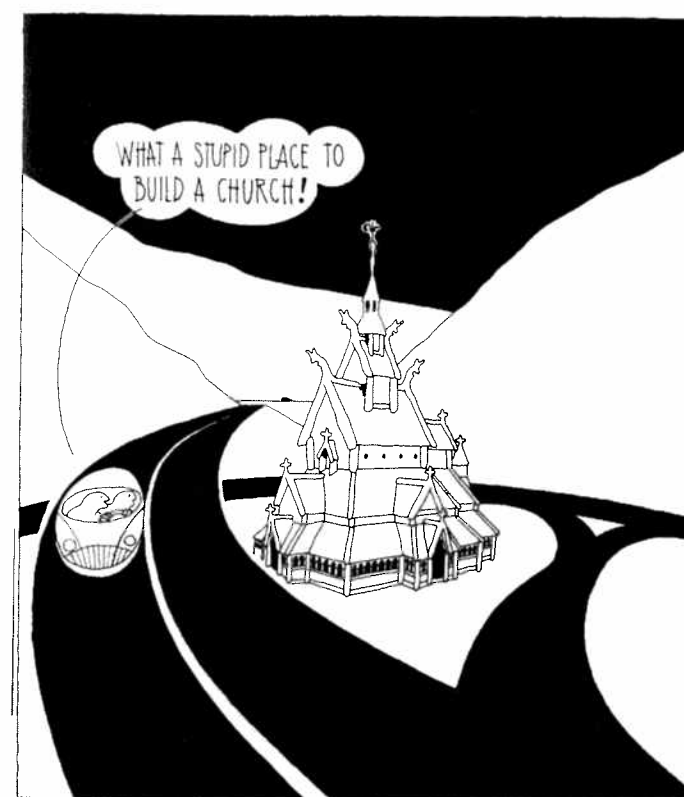
Là où municipalités locales sont en cause, on peut être à peu près sûr que leurs finances sont en proportion inverse de la renommée des monuments situés sur leur territoire. Les ressources des institutions publiques chargées de la protection des monuments sont ridiculement basses et l'Association pour la Sauvegarde des Monuments norvégiens n'a pas les moyens financiers d'entreprendre des investissements importants, comme à l'église de Borgund. Si l'industrie touristique souhaite accroître la capacité d'accueil d'un monument surfréquenté, c'est alors le secteur de l'industrie bénéficiant directement, ou indirectement, de la venue d'un plus grand nombre de visiteurs qui doit aussi se charger d'investir.

Si on ne peut vraiment pas augmenter la capacité d'accueil, il faut alors trouver le moyen d'organiser le flot des visiteurs afin que la priorité revienne à ceux qui ont les meilleures raisons de visiter ce monument. L'analyse des visiteurs doit fournir des informations: *qui* vient, *d'où* et *par quel moyen*, qu'*attendent-ils* du monument et quel est le *but* de leur visite?

Après avoir fixé le nombre des visiteurs autorisés et les catégories de visiteurs à qui sera accordée la priorité, nous pouvons alors procéder à une analyse du taux de fréquentation d'un monument.

Notre objectif final doit être double: nous désirons faire en sorte que la visite soit un produit touristique de qualité, mais en même temps éviter qu'elle ne contribue à l'usure du monument ou qu'elle ne représente un danger pour sa sécurité. Le second facteur peut être obtenu en s'assurant que le touriste acquière du *respect* pour le monument et ne franchisse pas le *seuil de frustration*.

Exemples de questions qui peuvent être posées:



The last two factors are also important from the point of view of security, in that people with empty bladders and full stomachs are in a far less frustrated mood than those in the opposite situation.

What information about the monument is available on arrival?

Can any aspects of the monument be experienced without coming into close contact with it, such as through a photographic display, models, a slide show or so on?

HOW IS THE VISIT CARRIED OUT?

How are people physically conducted past or through the monument?

What are the guiding facilities like?

Does this provide both information and supervision?

What security precautions can be taken?

WHAT CAN BE DONE AT THE END OF THE VISIT?

Can slides and postcards be sold, thereby reducing the need for photographing personally?

Can one sell souvenirs, thereby reducing the risk of vandalism?

Can informative material be sold which can pro-

QUE PEUT-ON FAIRE AVANT LA VISITE?

Comment obtenir les visiteurs souhaités?

Que faire pour cela au niveau du marketing?

Faut-il choisir des visiteurs individuels ou des groupes?

Quelle sorte d'accords préalables faut-il conclure pour contrôler le flot des visiteurs amenés par bacs et par cars?

Comment le marketing d'un monument peut-il susciter du respect pour ce monument?

La visite fait-elle partie d'un programme organisé?

Ces conditions sont-elles importantes pour le comportement du visiteur?

QUE FAIRE EN ROUTE VERS LE MONUMENT?

Peut-on fournir en cours de route des informations destinées à le faire respecter?

Peut-on donner des explications afin de faire comprendre et accepter les restrictions concernant le monument?

COMMENT PEUT-ON « METTRE EN SCÈNE » L'ARRIVÉE?

Comment peut-on aménager un parking afin que l'approche du monument soit une expérience enrichissante qui suscite le respect? Le déplacement entre la voiture ou le car jusqu'au but du voyage est excessivement important: si le visiteur se déplace tranquillement et dans une disposition d'esprit d'attente, son attitude sera d'autant plus positive vis à vis du monument.

Comment est organisée la vente des tickets d'entrée?

Que peut-on contrôler au moyen des droits d'entrée?

Peut-on utiliser différentes sortes de tickets pour canaliser le flot des visiteurs?

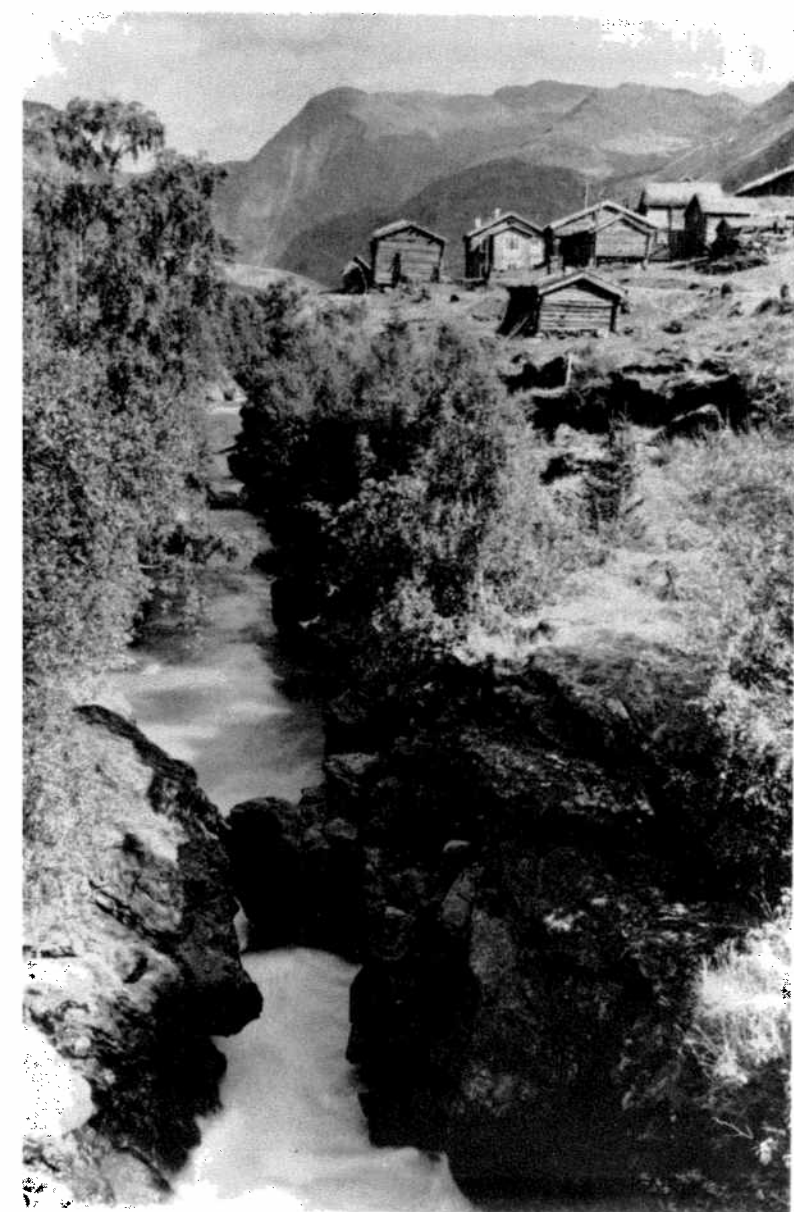
Quels résultats donneraient des offres diversifiées, par exemple aux groupes de retraités ou aux organismes de voyages non commerciaux?

Quelles commodités sont prévues pour les toilettes?

Peut-on facilement se procurer des rafraîchissements à un prix raisonnable?

Ces deux derniers points sont également importants du point de vue de la sécurité, du fait que les gens sont d'une humeur moins aigrie, la vessie vide et l'estomac plein, que ceux qui se trouvent dans la situation inverse.

Y a-t-il des informations disponibles à l'arrivée?



The old staging post at Roysheim in Bøverdalen, Oppland, is a protected monument. It still provides overnight accommodation, but has succeeded in retaining its unaffected charm.

Roysheim, à Bøverdalen, Oppland. Autrefois relais de poste, encore utilisé aujourd'hui pour l'hébergement, a néanmoins conservé son charme intact. Classé Monument Historique.

Peut-on remplacer le contact direct avec le monument par un affichage de photographies, de maquettes, de diaporamas, etc. . .

COMMENT LA VISITE SE DÉROULE-T-ELLE?

Quel est le trajet choisi pour amener les visiteurs au monument, ou dans quel sens la visite est-elle conduite?

Quelle sorte de guides a-t-on à la disposition des visiteurs?

Les guides procurent-ils à la fois informations et surveillance?

Quelles sont les mesures de sécurité?

QUE PEUT-ON FAIRE À LA FIN DE LA VISITE?

Peut-on acheter des diapositives et des cartes postales, afin de réduire l'activité photographique?

Peut-on acheter des souvenirs, ce qui réduirait les risques de vandalisme?

Peut-on acheter du matériel d'information qui fournisse la réponse à des questions qui autrement resteraient en suspens?

Y a-t-il toujours à la disposition des visiteurs des commodités pour les rafraîchissements et la détente, si bien qu'ils repartent heureux et satisfaits?

C'est dans la « mise en scène » systématique de l'environnement que réside un grand potentiel de collaboration entre le tourisme et la protection des monuments. Mais certaines concessions doivent être consenties par l'industrie touristique, si on veut que la collaboration soit fructueuse:

- l'industrie touristique doit prendre sa part de responsabilités dans les domaines touchant à la sécurité.
- elle doit être ouverte à une réflexion nouvelle, concernant l'organisation de la visite du monument.
- elle doit comprendre que les monuments ne sont ni des produits de consommation ni des ressources renouvelables.
- elle doit investir dans de meilleurs aménagements.

vide the visitors with the answers to their otherwise unanswered questions?

Are facilities for refreshment and relief always available, so that visitors go on their way happy and contented?

By systematically stage-managing the monument experience in this way there lies a great potential for collaboration between tourism and monument protection. But there are certain demands which must be made to the tourist industry if any collaboration is to be fruitful:

- the tourist industry must show an active responsibility for matters concerning security;
- it must be amenable to new thinking when it comes to the actual arrangements concerning the visit at the monument;
- it must understand that monuments are neither consumable products nor renewable resources;
- it must invest in better arrangements.

And with that we are back at the heart of the matter even for this kind of enterprise:

INVESTMENT.

Planning costs money!

Getting the physical arrangements right costs money!

We should be able to accept the role of monuments as part of a product developed by the tourist industry. To a great extent there can be common interests involved in the creation of a high quality product — in this case the visitor's experience of a monument — and in the protection of monuments. But the protection primarily arises because a monument reflects the beliefs and traditions, the actions and creative energy of an earlier age. They are the results of our forefathers' efforts to create for themselves a worthwhile existence despite the much more limited resources available to them, compared with today. This requires a respect which cannot be bought and sold. The official attitude to monument protection must begin with this basic premise.

In the case of Borgund, a project was inaugurated in the summer of 1986 to develop collaboration among all those involved: the tourist industry at both a national and a local level, the owners, the conservation authorities. To a great extent the project is based on the kind of ideas described here. If this pilot project has fortunate results, then collaboration of this kind will have led incidentally to the creation of the weapon we need in order to resolve the conflict between monument protection and tourism.

Nous voilà ainsi de nouveau au cœur du problème, même dans une entreprise de ce type: L'INVESTISSEMENT.

Planifier coûte de l'argent!

Réaliser les aménagements matériels adéquats coûte de l'argent!

Il devrait être possible de concevoir le rôle des monuments comme faisant partie d'un produit régi par l'industrie touristique. Jusqu'à un certain point, il peut y avoir des intérêts communs impliqués dans la fabrication d'un produit de qualité supérieure — en l'occurrence l'appréciation du monument par le visiteur — et la protection des monuments. Mais la protection passe en priorité. Car un monument reflète les croyances et les traditions, les activités et l'énergie créatrice d'une époque antérieure. Ils sont le résultat des efforts de nos ancêtres pour créer des oeuvres de qualité malgré les ressources bien plus limitées dont ils disposaient, par rapport à celles dont nous disposons aujourd'hui. Ce fait exige un respect qu'on ne peut ni acheter ni vendre. C'est un point de vue sur lequel les autorités en charge des monuments ne peuvent faire aucune concession.

Dans le cas de Borgund, un programme est fixé depuis l'été 1986, impliquant une collaboration entre toutes les parties concernées: l'industrie touristique, au plan national comme au plan local, les propriétaires, les autorités chargées de la conservation. Ce programme est en grande partie fondé sur des idées semblables à celles que nous venons de développer. Si ce programme pilote aboutit à d'heureux résultats, cette collaboration aura conduit accessoirement à la création de l'arme qui nous manquait pour résoudre le conflit existant entre la protection des monuments et le tourisme.