

## Lurenyhet

**UNDER VIGNETTEN** «Siste nytt fra Tinn» kan lesere av Telemarks-publikasjonen Varden få inntrykk av at de endelig vil få svar på hvorfor tinndøler dro til Vestlandet på 1700-tallet, kjøpte seg gårder og slo seg ned for aldri å komme tilbake.

«I Tinnsoga som kom ut i 1926 står det lite om denne utvandringen,» konstaterer

Varden. «Hvorfor dro tinndølene? Hvor dro de? Hvordan gikk det med dem?»

Så kommer kalddusjen: Det hele er bare en forhåndsomtale av et foredrag førsteamanuensis Arnvid Lillehammer vil holde i regi av Tinn museums venneforening i Atrå samfunnshus 15. oktober.

Vi venter i spenning.

## Alternativ feiring

«**JEG SKAL RØYKE** sigar hele natten», sa Rosenborgs svenske trener Erik Hamrén etter at

seriegullet var sikret på søndag. «Oa hela natten» er ikke lenger bra nok.

## Badonna

**MICHAEL JACKSON** sier på et privat lydopptak som nå er offentliggjort at Madonna «is not a nice person».

Jackson burde vite det – han var jo «bad» selv.



Begge foto: AP/Scanpix

## SITATET

**Da markedsinteressen for mine intervjuer og bøker mildest talt er mangelfull, har fisketurene på feltet i høy grad også handlet om selvberging**

*Skribent Niels Chr. Geelmuyden skriver i Aftenposten om sult etter at Kystvakten har inndratt fiskeruse hans parallelt med at nordmenn flest er mett på Geelmuyden-portretter.*

## Middelklassebygda

DEBATT  
KULTUR

Dei bygdevennlege prosjektmakarane som alle har forlese seg på kryptiske postmoderne teoriar er iferd med å gjere bygdene våre om til passive tilbydarar av middelklassesymbol mest ingen eigentleg er nemneverdig interessert i.

Dei rurale grendene konkurrerer med kvarandre om ei gruppe som kanskje ikkje finst. Dei konkurrerer om dei unge para. Dei konkurrerer om dei ressurssterke småbarnsforeldra med frie yrker og med ei dragning mot den rurale idyll. Dei konkurrerer om dei som skal ha funne byane for krevjande og som lengtar etter frisk luft og trygge omgivadar i pakt med den «naturlige» ruraliteten. Dei konkurrerer om middelklassedøtrene som bygdesosiologane fortel finst.

Om reiskapen i konkurransen er kulturøkonomi. Kulturøkonomien skal gjere lokalsamfunna attraktive for desse sjølvmedvitne potensielle til- eller tilbakeflyttarane, den skal gjere lokalsamfunna til vinnarar over kvarandre i kampen om turistane og næringsetablerrane. Kulturøkonomi er det nye mantraet ordførarar og rådmenn set sine skillingar på. «Vi er optimistiske, og kan ikke være noe annet» seier ordførar på Hamarøy Rolf Steffensen til Klassekampen og illustrerer vel med det lokalsamfunna sin rasjonalitet midt oppi det heile.

Kulturøkonomi er «tidens melodi» og den som ønsker å utløse midlar til lokalsamfunnsutvikling gjer det best som spelar på lag med prosjektmakarveldets logikk.

For me er av same sorten, me prosjektmakarane innan forskning og utviklingsapparatet. Me er av same sorten anten me



**SYMPOLPOLITIKK.** Ordførar Rolf Steffensen i Hamarøy håpar det nye Hamsunsenteret skal gjere kommunen til ein «merkevarer i kulturøkonomien». Foto: Scanpix

er finansiert av forskingsrådet, fylket eller Innovasjon Norge, me er av same sorten som dei me utviklar bygdene for. Alle drikk me altfor mykje raudvin og alle er me altfor glade i mjuke franske ostar og ruccolasalat. Me er middeklasseelitistar som ønskjer å skape eit bygde-Noreg i vårt bilete.

Det er me som avgjer kva produkt det rurale reiselivet skal tilby, det er me som fortel kva «marknaden» etterspør, det er me som snakkar om at bygde-Noreg er best omsetjeleg som «identitetsmarkerande representasjonar av meiningsberande ruralitet». Det er nemlig me som gir råda, det er me som reiser kring om i landet og held foredrag og skriv artiklar på både glansa og uglansa papir om suksessar i bygde-Noreg.

Det er oss du kan sjå på «Norge i dag», NRK Dagsrevyen sitt distriktsmagasin for småstoff, kos og gladnyhende, der me står i sirkel kring ein arme osteprodusent med kvart vårt glas Mozell i nevene – smilande og utan tanke for gjelda den arme bonden har lagt til seg i blind tru på råda me gir. Alle delar me den grunnleggande premiss om at i bygdeutviklinga er trua og imagen nesten alt.

Derfor ser du oss aldri ein sundag ettermiddag på Rinnleiret i Levanger der Asbjørn Sørholt serverer kjøt, poteter og brun saus med riskrem til dessert, kvar einaste sundag for fulle hus. Han er bøndene i Midt-Noreg sin største einskildkunde der han handlar tett på ti tonn kjøt frå Nortura i året og leverer eit bidrag til verdskapinga i bygde-Noreg som nok overgår dei fleste nisjeprodukta. Men så har han aldri heller

spurt oss om råd, Sørholt. Og hadde han gjort det ville me svara at han måtte legge inn det lokale og særeigne i rettane. Produkta lyt kommunisere lokal identitet i balanse med miljøet og garnityret lyt harmonere med årstidene, fyrst då ville han fått støtte av oss.

Me lever av og for kvarandre, me prosjektmakarane. Den gjen- sidig avhengigheita sementerer livsløgna og opprettheld bløffen og gjer endring vanskeleg. Me sit der og styrar pengestraumane, me og vennane våre; prosjektkoordinatorane, forskingsrådgivarane og spesialrådgivarane.

Forskringsrådet sine Kompetanseprosjekt med brukermedvirkning (KMB) og Brukerstyrte innovasjonsprosjekt (BIP) er institusjonalisert makt for å styre oss dit me ikkje vil. Hand i hand med ideen om den vesle fiskarbonden snakkar dei om det meiningsfulle livet som småbrukar og ei tilsynelatande problemfri omskulering til turistvert for flyktige shopperar av den rurale idyll. Dei tviheld på klisjeane og ser ikkje at det meste, og truleg også det beste, av næringsutviklinga skjer utan at Innovasjon Norge anar noko om det. Det skjer i skuggen av distriktspopulismen som vert halden i live av prosjektmakarveldet.

Dei norske bygdene stemnar mot grunna med sosialkonstruktivistiske bygdesosiologar og BI-utdanna marknadsførarar til rors, systematisk avviser dei alle draft og sjømerke som irrelevant og meiner det er representasjonar av farvatnet som tel.

*Bjørn Egil Flo, forskar, Norsk senter for bygdeforskning.*

DN

Dagens Næringsliv er Norges ledende næringslivsavis, med morgenlevering over hele landet. Avisen har et opplag på 81.391 og 300.000 lesere daglig.

Dagens Næringsliv er et selskap i konsernet NHST Media Group, og ble etablert i 1889.

## Politisk reporter

Dagens Næringsliv har ledig en stilling som journalist i politisk avdeling. Vi søker en reporter som vil grave frem de beste historiene fra storting, regjering og partene i arbeidslivet. I DN må du kunne jobbe i gruppe, samt ha evne til systematisk å jobbe frem et solid kildenett.

Spørsmål om stillingen kan besvares av redaksjonssjef Sverre Strandhagen, tlf 932 56 393 eller mail sverre.strandhagen@dn.no.

Spørsmål kan også rettes til leder av redaksjonsklubben Bård Bjerkholt, tlf 932 56 240 eller mail bard.bjerkholt@dn.no.

Kvinner oppfordres til å søke.

Skriftlig søknad sendes til Dagens Næringsliv v/Inger Birkevold, postboks 1182 Sentrum, 0107 Oslo eller per mail til inger.birkevold@dn.no innen 15. oktober.

Dagens Næringsliv

## FOR 50 ÅR SIDEN



**Annonse.** Ofte skal det så lite til for å gjøre en kvinne lykkelig – men det er en kunst som må læres. – Les artikkelen i Det Bestes oktobernummer.

\*\*\*

Han stjal som en ravn både fra venn og fiende, og brukte sitt

spesielle talent til å utføre de mest utrolige bedrifter i en privat krig mot japanerne. I Det Bestes oktobernummer kan De lese den spennende beretning om en kaldblodig og oppfinnsom rabagast fra slummen som ble berømt for sin enestående innsats. **1. oktober 1959**