

Verdensarvsenter for bergkunst – Alta Museum IKS.
Adresse: Altaveien 19, 9518 Alta.
Phone: +47 78 45 63 30, fax: +47 78 45 63 50
Org. Nr 990717834



Alta kommune
Postboks 1403
9506 ALTA

Alta, 27. november 2014

HØRINGSUTTALELSE – «ALTA VIL – FORSLAG TIL KOMMUNEPLANENS SAMFUNNSDEL 2015 – 2017»

Generelle kommentarer

Kap 2. Viktige utviklingstrekk, delkapittel «Kultur, idrett og friluftsliv»

Alta har to oppføringer på UNESCOs liste over verdensarv; bergkunsten og Struves meridianbue i tillegg til et eget museum der utstillinger, ulike aktiviteter, arrangementer og samarbeid med skoler, lag og foreninger gir en viktig arena for livslang læring og aktiv samfunnsdeltagelse. Kultur handler også om kulturarven i form av kulturminner og kulturhistorie, og deltagelse i arbeidet med den skaper mangfold og trivsel gjennom kreativitet og læring.

Altas kulturarv gir kommunen særpreg og egenart, og er en ressurs for lokalsamfunns- og næringsutvikling. Kulturarven er kilder til kunnskap og opplevelser som gir mennesker forankring i tilværelsen. Den er bindeledd mellom fortid, nåtid og fremtid, og gir enkeltmennesker identitet, trivsel og selvforståelse. De materielle sporene, de skriftlige kildene og de muntlige overleveringene, bidrar til å bygge under en felles kunnskapsbank. Verdensarvsenter for bergkunst – Alta Museum som kulturarvsaktør og verdensarvsenter styrker og utvikler kunnskap om kulturarv og historie, og formidler denne kunnskapen til et bredt publikum.

Kap 3 Mangfold og tilhørighet.

Kapittelet innleder med at «Alta har til alle tider vært et område der ulike mennesker har møttes og slått seg ned for arbeid og det gode liv. Det tidligere «tre stammers møte» mellom nordmenn, samer og kvener i Finnmark er nå utvidet med innbyggere fra hele verden...» Videre heter det i siste avsnitt på side 9 at «Samtidig som Alta blir mer mangfoldig har vi en rik historie å ta vare på. I vår kommune er vi privilegerte som har historiske bånd og en geografi som knytter oss til den samiske og kvenske befolkning.»

Altas historie er ikke ensbetydende med «de tre stammers møte», men strekker seg mye lenger tilbake i tid enn til det man kan karakterisere som samisk, kvensk eller norsk kulturarv. Området har vært attraktivt for mennesker gjennom hele forhistorien, fra den første bosetningen i Finnmark etter istida for 11000 år siden, noe vi blant annet ser i den store forekomsten av bergkunst som ble laget for 7000 til 2000 år siden.

I siste avsnitt på side 9 står det: «...I vår kommune er vi privilegerte som har historiske bånd og en geografi som knytter oss til den samiske og kvenske befolkning...». VAM mener at dette er en upresis formulering. I et mangfoldsperspektiv er det ikke vi som knytter oss til dem, men vi som knyttes sammen.

Merknader til Mål og Strategier

6.1 Kunnskap og kompetanse

Mål 1. «Alta skal være en ledende kunnskapsby i nord og et knutepunkt for kompetanse i Finnmark»

Verdensarvsenter for bergkunst – Alta Museum er i tillegg til å være en kulturarvsaktør også en institusjon som utvikler kunnskap og kompetanse om forvaltning og formidling av verdensarv og kulturarv.

Forslag til tillegg under strategipunkt 1 C: «Arbeide for mer FoU-arbeid mellom kommunen og forsknings- og kompetansemiljøene i Alta, og bidra til...»

Forslag til nytt strategipunkt 1 F: «Sikre en kunnskapsbasert forvaltning og formidling av verdensarven og kommunens øvrige kulturminner».

Mål 5. «Alta vil ha gode tilbud i samisk og kvensk språk for barn, unge og voksne, samt være et foretrukket sted for bruk og utvikling av samisk og kvensk kunnskap og kompetanse.»

Verdensarvsenter for bergkunst – Alta Museum IKS.
Adresse: Altaveien 19, 9518 Alta.
Phone: +47 78 45 63 30, fax: +47 78 45 63 50
Org. Nr 990717834

Alta Museum arbeider allerede i henhold til denne målsetningen gjennom skoletilbud i «Den kulturelle skolesekken» og andre tiltak. Vi mener at vi har en selvklar rolle i strategipunkt 5 C: «Arbeide for institusjonsbygging i Alta for forskning og kunnskapsutvikling om samiske og kvenske forhold.» og punkt 5 D: «Samarbeide med Sametinget, utdannings- og forskningsinstitusjoner og lokale organisasjoner om styrket bruk av samisk språk, kunnskap og kompetanse.»

6.2 Næringsutvikling og nyskaping

Under strategipunkt 6 F: «Legge til grunn et bærekraftig nivå på sjømatproduksjonen i Altafjorden og verne om nasjonal laksefjord og Altalaksen som villaksstamme» vil vi peke på at Alta Museum i flere år har hatt Altaelva og sportsfiske som satsningsområde, og har kompetanse om villaksens betydning for Altasamfunnet historisk sett og som faktor for tilknytning, tilhørighet og identitet i dag. I arbeidet med å verne om nasjonal laksefjord og villaksstammen er slik kompetanse viktig for økt forståelse og holdningsskapende arbeid.

Forslag til tillegg i strategipunkt 8 C: «Motivere til økt kompetanse og forsterket FoU-innsats i næringslivet og offentlig sektor.»

6.3 Trivsel og livskvalitet

Med bakgrunn i at en økende grad av friluftsliv blant befolkningen også medfører slitasje på naturen, på kulturminner og på verdensarvområdene, bør det understrekes at denne aktiviteten skal være bærekraftig. Forslag til omformulering i mål 12, strategipunkt C: «Sikre et aktivt og bærekraftig friluftsliv, og sikre Byløyppa og sentrumsnære...»

6.4 Attraktivt regionsenter i utvikling

Forslag til omformulering av strategipunkt 16 E: «Ta vare på våre kulturminner og kulturlandskap fra forhistorisk tid, fra norsk, samisk og kvensk historie, samt bevare verdensarvområdene i kommunen, og videreutvikle kompetansemiljøene for disse» (jmf kommentaren til kap 3 "Mangfold og tilhørighet")

Alta er i den spesielle situasjonen at vi har to oppføringer på UNESCOs verdensarvliste. Status som verdensarv er det høyeste internasjonale kvalitetsstempel et område kan få. Dette innebærer et ansvar for å sikre verdensarvstedene for ettertiden. Verdensarven er også en merkevare med stor tiltrekningskraft innen reiselivet. Verdensarvstatus borger for kvalitet og eksklusivitet.

I markedsføring og merkevarebygging gjelder det å ikke spre seg på for mange områder, men konsentrere seg om noen spydspisser. VAM mener at verdensarven "Bergkunsten i Alta" bør være en av de grunnpilarene som markedsføringen og merkevareoppbyggingen av Alta kretser rundt. Man må få til en kombinasjon av nordlys og bergkunst, og en likeverdighet mellom de to.

Mål 17 «Alta er nordlysbyen og skal være en attraktiv og opplevelsesfylt reiselivsdestinasjon» bør kompletteres med en strategi som omhandler markedsføring av verdensarven i Alta.

Å bevare verdensarven bør i tillegg tas med som en strategi under mål 18. Å ha to oppføringer på UNESCOs verdensarvliste betyr at det må foretas lokale verdivalg for areal- og ressursbruk, også i fremtiden, og kommunen må synliggjøre verdensarven og verdensarvstatusen i sine plandokumenter og i sitt virke.

Forslag til ny formulering mål 18. «Alta vil være en bærekraftig, attraktiv og funksjonelt utformet by som balanserer utbyggingsbehov, grønne verdier, hensyn til verdensarven og gode boligområder».

Med vennlig hilsen

Verdensarvsenter for bergkunst- Alta Museum IKS



Harriet Hagan

Direktør