



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för naturresurser
och jordbruksvetenskap

INDIVIDUELL PLATSIDENTITET OCH GEMENSKAPEN MELLAN PLATSER

- ETT GESTALTNINGSPROGRAM FÖR ENTRÉPLATS FULUFJÄLLET

HANNES SKARIN

Examensarbete 30 hp, institutionen för stad och land
Landskapsarkitektprogrammet, Ultuna
Uppsala 2020

SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för stad och land, avdelningen för landskapsarkitektur, Uppsala
Examensarbete för yrkesexamen vid landskapsarkitekturprogrammet, Ultuna
EX0860, Självständigt arbete i landskapsarkitektur, A2E - landskapsarkitekturprogrammet - Uppsala - 30 hp
Kursansvarig institution: Institutionen för stad och land
Nivå: Avancerad A2E
© 2020 Hannes Skarin

Titel på svenska: Individuell platsidentitet och gemenskapen mellan platser - ett gestaltungsprogram för
Entréplats Fulufjället
Titel på engelska: Individual Place Identity and the Community Between Places - A Design Program for the
Entrance Site Fulufjället

Handledare: Åsa Ahrlund, SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Examinator: Carola Wingren, SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Bitr. examinator: Gudrun Rabenius, SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

Omslagsbild: © Hannes Skarin

Upphovsrätt: Samtliga bilder, fotografier, illustrationer och kartor publiceras med tillstånd från
upphovsrättsinnehavaren. Där inget annat anges är fotografierna författarens egna.

Originalformat: A4, översiktsplan, analysplan och illustrationsplan i A3

Nyckelord: Individuell platsidentitet, gemenskap, platsskapande, nationalpark, naturum

Elektronisk publicering: <https://stud.epsilon.slu.se>

Tack Anna, Ebba & Sara



figur i. Fjällskog i Fulufjällets nationalpark. 2020.02.13

SAMMANFATTNING

Begreppet platsidentitet definieras och diskuteras med utgångspunkt i Cliff Hague, Paul Jenkins och John Montgomerys teorier kring vad som skapar identitet hos en plats. Sveriges nationalparker har fått en ny gemensam grafisk profil som ska implementeras i alla parker. Dess syfte är att skapa igenkänning mellan Sveriges nationalparker och samtidigt beskrivs en ambition att skapa unika platsidentiteter för varje enskild nationalpark. Att samtidigt skapa individuell platsidentitet och gemenskap genom en grafisk profil kan, i första anblick vara svårt att genomföra. Går det att skapa individuell platsidentitet och gemenskap mellan olika platser samtidigt?

Syftet med undersökningen är att utreda om och i så fall hur individuell platsidentitet och gemenskap mellan olika platser kan kombineras, med den grafiska profilen som grund. Detta undersöks genom att göra ett gestaltungsprogram för Fulufjällets nationalparksentré. Frågeställningen lyder: *Hur kan individuell platsidentitet och gemenskap med övriga nationalparker skapas samtidigt på entréplatsen vid Fulufjällets nationalpark med nationalparksprofilen som grund?*

För att kunna göra en fungerande gestaltning behöver hänsyn tas till hur vi uppfattar och betraktar en plats och vad som skapar en god gestaltning. Detta diskuteras genom Gordon Cullens och Katja Grillners teorier kring hur vi uppfattar, betraktar och rör oss i landskapet. Deras teorier ger stöd och för gestaltungsprocessen framåt. Vidare diskuteras god design genom Ian H. Thompsons teori, trivalent-design.

Inventeringen av Fulufjällets entréplats grundar sig i Maria Flinks metod och analysen tar stöd i Gordon Cullens fenomenologiska undersökning av stadslandskap, Serial Vision. Vidare görs platsbesök, bakgrundsstudier och intervjuer med besökare och personal för att lära känna platsen, dess verksamhet och dess kontext. Under gestaltungsprocessen är skissande som undersökande metod en central del som genomsyrar hela processen i form av skissande för hand och med digitala hjälpmedel.

Gestaltungsprogrammet presenteras i en

illustrationsplan som beskriver förslagets utformning av entréplatsen. Vidare presenteras ett antal fysiska tillförda element som har till syfte att stärka både den individuella platsidentiteten och gemenskapen mellan nationalparkerna. I diskussionen ges en sammanfattning av hur det är att göra ett gestaltungsprogram kopplat till en grafisk profil och hur individuell platsidentitet och gemenskap mellan platser kan skapas samtidigt och vilka komplikationer som kan uppstå. Där ges konkreta tips och idéer kring vilka faktorer en gestaltande landskapsarkitekt bör beakta för att skapa gemenskap mellan platser och individuell platsidentitet.



figure ii. Hikingtrail markings in Fulufjället national park. 2020.02.13

SUMMARY

The concept of place identity is defined and discussed on the basis of Cliff Hague, Paul Jenkins and John Montgomery's theories about what creates identity in a place. He examines the phenomena that create a good city and does so by discussing different theories about what creates the identity of places. Montgomery's conclusion reduces the concept to three components, physical setting, activity and meaning. Together, these create a sense of place, place identity.

Based on his reasoning about physical elements, it should be possible to change a place's identity by changing or adding physical elements. Since physical elements are connected to the identity of the place, the identity of the place changes when the physical space changes in the form of additions, design, etc. even if the activity or significance of the place does not actively change.

Sweden's national parks have a new graphic profile that will be implemented in all parks. The profile and its governing documents with guidelines describe how the national parks should profile themselves. The profile describes common

values and how the brand is to be communicated to the outside world. The profile is supplemented with a number of products, so-called components, which can be ordered for the individual national park. The purpose of the national park profile is to create a common identity between the parks. This is to be achieved through a common profile that includes graphic aspects and products such as signs and markers. At the same time, the importance of creating a place identity for each individual park, the individual place identity, is emphasized. At the same time, creating an individual place identity and community through a graphic profile can be difficult to implement at first glance. Is it possible to create individual place identity and community between different places at the same time? This is investigated by using the graphic profile as a basis for a design program for Fulufjället National Park Entrance.

The purpose of the survey is to investigate whether and in such a case how individual and community between different places can be combined with the graphic profile as a basis. This



figure iii. Fulufjället national park is located in the southern mountains of Sweden. ©Lantmäteriet



figure iv. Overview of the working area. Manipulated ortophoto ©Lantmäteriet

is investigated by making a design proposal for Fulufjället National Park Center. The question is: *How can individual place identity and community with other national parks be created at the same time at the entrance site at Fulufjället National Park with the national park profile as a basis?*

The project is geographically delimited by a work area boundary around the nature reserve and a single smaller area along the trail towards Njupeskar (figure?). The extent of the delimitation has been chosen so that the nature reserve's activities are conducted primarily in the area around the nature reserve building and that the area functions as an entrance for Fulufjället National Park.

In order to be able to make a functional design, consideration must be given to how we perceive and view a place and what creates a good design. This is discussed through Gordon Cullen's and Katja Grillner's theories about how we perceive, observe and move in the landscape. Grillner believes that the experience of the landscape includes a bodily movement from scene to scene and sensual impressions and recognition of culturally important elements, which guide the viewer's thoughts in different directions. She believes that the viewer of a landscape experiences the landscape physically, sensually and through the associations of thought at the same time and that all these aspects are equally important for the experience of the landscape. And to create meaning for the landscape. Their theories provide support and advance the design process.

Furthermore, good design is discussed through Ian H. Thompson's theory, trivalent design. He believes that good landscape design can be assessed by valuing the site's ecological, social and aesthetic aspects. The three categories work together and create, what he calls, trivalent design. If the design does not have values in all categories achieves, uni-valent or bi-valent design. If these are achieved, the design, according to Thompson, is to be regarded as not being included in good design. According to Thompson, high values in one category do not outweigh the lack of values in another. In this project, Thompson's theories of tri-valent design are used as a way to evaluate the design proposal during the design process.

The valuation is influenced by personal references and experiences for the individual who assesses the design. Therefore, the proposal and the project are presented and discussed

continuously with people who have a relationship to the place or knowledge in design, such as nature, Fulufjället's staff and course colleagues. The inventory of Fulufjället's entrance site is based on Maria Flink's method and the analysis is supported by Gordon Cullen's phenomenological study of urban landscapes, Serial Vision. Furthermore, site visits, background studies and interviews with visitors and staff are made to get to know the site's activities, the place and its context. During the design process, sketching as an investigative method is a central part and permeates the entire process in the form of sketching by hand and with digital aids.

The background study, inventory and site analysis provided the majority of program points that the design needed to take into account. There sometimes: highlighting local experience values that make the place unique, using existing buildings, such as the national park sign and the unique character of the natural building, and highlighting the park's unique story.

This, together with the previously mentioned theories about place creation and design, formed a design program of the entrance site and a number of components. The design program provides, among other things, proposals for restructuring nature trails, signage proposals and a new square by the nature reserve. The proposal creates a place with good orientability with attributes that enhance both the community between the national parks and the individual place identity. The proposal includes a number of components whose aim is to raise the individual place identity and increase the community. For example, platforms, sculptures and a rim (*figure v*) That frames and informs about the place's unique values.

The survey shows that it is possible to fulfill both purposes at the same time. However, it requires that you expand the profile's elements and design language with other elements, whose expressions are inspired by the place's unique values. To achieve this, it requires a lot of work and knowledge about the local values and what makes the place unique. To detect these values, a thorough inventory and analysis work is important.

Furthermore, I believe that the community can be strengthened by creating strong individual place identities. It may seem counterproductive but by using common components in all places. With different content, a recognition is created between the places and the visitors who visit



figure v. The rim and a placement suggestion.

different national parks recognize themselves more easily and thus have greater opportunities to take part in the nature guidance that is available at the place.

In this case, the community between the national parks consists of a common design language, values and built elements such as signs and how the information is designed (graphically). I mean, in order to create a place identity and at the same time a community, the focus must be on two of the three factors that Montgomery points out, the activities and the collective significance of the place. To create a place identity, it requires that these factors are filled with unique, specific characteristics that are taken from the specific place, i.e. that nature guidance in all its forms becomes an important part of shaping the place's individual identity and thus distinguishing it from other places in the collective community.

The study shows that the visual profile is not fully adapted to fulfill its purpose, to create individual identity and community between the places. The profile describes how to strengthen

the community between the national parks, which is good. However, it remains to design guidelines and aids to create individual identity for the individual parks.

Components that, like the rim, can elevate and inform about unique values and thereby increase the place's individual identity. The profile's future guidelines should point to the importance of supplementing with other knowledge about place creation, such as the landscape architect's expertise.



figure v. Visitor center Fulufjället by night, the picture is taken from the west, standing on the bog. 2020.02.13

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INTRODUKTION	1
ENTRÉPLATSEN OCH EN GRAFISK PROFIL	2
SYFTE	3
FRÅGESTÄLLNING	3
AVGRÄNSNINGAR	4
METOD OCH MATERIAL	7
PLATSIDENTITET OCH INDIVIDUELL PLATSIDENTITET	8
BETRAKTA OCH UPPLEVA EN PLATS	10
PLATSANALYS OCH FÄLTINVENTERING	10
INTERVJUER	11
ATT SKISSA	11
VÄRDERA LANDSKAPSARKITEKTUR	12
PLATSENS KONTEXT	15
SVERIGES NATIONALPARKER	16
NATIONALPARKSPROFILEN	17
VARFÖR OCH HUR	17
LOGOTYP OCH TYPOGRAFI	17
GULDKRONA, KOMPONENTER, HEXAGON OCH 60°	19
NATURVÅRDSVERKETS RIKTLINJER FÖR NATIONALPARKSENTRÉER	20
NATURUM	20
NATURVÄGLEDNING	22
ENTRÉPLATS FULUFJÄLLET	24
PROGRAMPUNKTER - PLATSENS KONTEXT	28
PLATSANALYS OCH SKISSPROCESS	31
PLATSBESÖK OCH SKISSPROCESS	32
PLATSBESÖK 1	32
SKISSPERIOD 1	32
PLATSBESÖK 2	32
SKISSPERIOD 2	34

PLATSANALYS	42
INVENTERING OCH ANALYS	44
OBSERVATIONER OCH SAMTAL	50
PLATSEN UNDER SNÖTÄCKE	50
PROGRAMPUNKTER - INVENTERING OCH ANALYS	51
GESTALTNINGSPROGRAM - FULUFJÄLLET	52
ENTRÉOMRÅDET	54
GULDKRONAN	68
KOMPONENTER	70
INSEKSHOTELL - FÄGELHOLKAR	70
SKULPTURER	72
PORTIK - EN PORT IN I NATUREN	74
PICKNICK	76
PLATTFORMAR	78
SARG	80
DISKUSSION	83
INDIVIDUELL PLATSIDENTITET OCH GEMENSKAP	84
ORIENTERBAR ENTRÉPLATS	85
PLATSBESÖK, KVALITET OCH PLATSSKAPANDE	86
FRAMTIDEN - NÄSTA STEG?	87
REFERENSER	89



figur 1. Fulufjällets platåfjäll i fonden. 2020.02.14

INTRODUKTION

I Sverige finns 30 nationalparker med syfte att skydda och värda unika naturområden. Jag har besökt flertalet av nationalparkerna och uppskattar den verksamhet som bedrivs i våra skyddade naturområden. Verksamheten som har fokus på naturvägledning är under ständig förändring och anpassas kontinuerligt för att så många som möjligt ska kunna ta del av vår fantastiska natur.

Fulufjället i Dalarna är en av Sveriges nationalparker och innefattar även ett naturum, vilket fungerar som ett besökscenter för nationalparken. Inför naturum Fulufjällets 20-årsjubileum, 2022, ska den invändiga utställningen och utemiljöerna förnyas. I samband med det ska även Sveriges nationalparker nya grafiska profil implementeras. Profilens mål är att skapa igenkänning mellan Sveriges nationalparker och samtidigt beskrivs en ambition att skapa platsidentitet för varje enskild nationalpark (Naturvårdsverket 2015:16-19). Att samtidigt skapa individuell platsidentitet och gemenskap genom en grafisk profil kan, i första anblick vara svårt att genomföra. Går det att skapa individuell platsidentitet och gemenskap mellan olika platser samtidigt? Detta vill jag undersöka genom att med den grafiska profilen som grund göra ett gestaltungsprogram för Fulufjällets nationalparksentré.

ENTRÉPLATSEN OCH EN GRAFISK PROFIL

Ett naturums huvuduppgift är att skapa aktiviteter och förutsättningar som främjar att kunskap om naturen förmedlas och att besökaren får uppleva natur efter egna förutsättningar (Naturvårdsverket 2015:10). Därför är naturum en viktig del i att kunna vägleda människor till och informera i värdefulla naturumområden.

Naturum är ofta placerade vid en nationalpark. Naturvårdsverket har tagit fram en grafisk profil och styrdokument med riktlinjer som beskriver hur nationalparkerna ska profilera sig (Naturvårdsverket 2015:16-18). Nationalparksprofilens syfte är att skapa en gemensam identitet mellan parkerna. Detta ska uppnås genom en gemensam profil som innefattar grafiska aspekter och produkter som skyltar och markörer. Samtidigt poängterar

Naturvårdsverket vikten av att skapa platsidentitet för varje enskild park, individuell platsidentiteten (Naturvårdsverket 2015:19).

Profilen beskriver gemensamma värdegrunder och hur varumärket ska kommuniceras utåt (Naturvårdsverket 2019e). Profilen kompletteras med ett antal produkter, så kallade *komponenter*, som går att beställa till den enskilda nationalparken (Naturvårdsverket 2013). Profilen beskriver några grundläggande riktlinjer för hur dessa komponenter ska användas, som vilken höjd på väggen en skylt ska sitta och ett krav på en "informationshub". Den ska fungera som en mindre entréplats och består av en taktill karta över parken och tre skyltar med information om den enskilda parken och kortfattat om övriga nationalparker. Profilen beskriver inte hur entréplatsen som helhet ska organiseras och fungera. Profilen blir på så sätt en produktkatalog som nationalparkens förvaltare kan beställa ur och placera i "sin" park. Den grafiska profilen ger tydliga förutsättningar för att skapa en gemenskap mellan parkerna men beskriver inte hur den individuella platsidentiteten ska tydliggöras för den enskilda parken, detta glapp tror jag kan fyllas av landskapsarkitektens kunskaper om platsskapande. I projektet undersöks hur man kan skapa individuell platsidentitet med hjälp av landskapsarkitektens kunskaper kring gestaltning och en profil vars syfte är att skapa en gemensam identitet mellan olika platser.

SYFTE

Att undersöka om individuell platsidentitet och gemenskap mellan olika platser kan kombineras och i så fall hur.

FRÅGESTÄLLNING

Hur kan individuell platsidentitet och gemenskap med övriga nationalparker skapas samtidigt på entréplatsen vid Fulufjällets nationalpark med nationalparksprofilen som grund?

AVGRÄNSNINGAR

Projektet avgränsas geografiskt av en arbetsområdesgräns kring naturumet och ett enskilt mindre område längs leden mot Njupeskår (figur 2). Avgränsningens utsträckning är vald för att naturumets verksamhet bedrivs främst inom området kring naturumbyggnaden och att området fungerar som entréplats för Fulufjällets nationalpark.



figur 2. Arbetsområdesgräns som geografiskt avgränsar platsen och projektet. Skala 1:2000/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet



figur 3. Lavsrika, Fulufjällets nationalparkssymbol. ©Olof Olterman Arvidsson 2020.03.21

METOD OCH MATERIAL

I kapitlet definieras platsidentitet och individuell platsidentitet. Sedan följer en beskrivning av de metoder som används för att undersöka, inventera och analysera platsen. I kapitlet sammanfattas också teorier kring vilka faktorer som styr och definierar att en plats innefattas av god landskapsarkitektur, teorier som är till hjälp i gestaltningsprocessen.

PLATSIDENTITET OCH INDIVIDUELL PLATSIDENTITET

Montgomery (1998:97) slutsats reducerar begreppet till tre beståndsdelar, *physical setting* (fysisk miljö), *activity* (aktivitet) och *meaning* (betydelse). Tillsammans skapar dessa *sense of place*, platsidentitet (*figur 4*). Vad man fyller dessa beståndsdelar med varierar. Exempelvis inkluderas faktorer som markanvändning, rörelsemönster och människors beteenden i *aktivitet*. *Fysisk miljö* omfattar de byggda så väl som de naturliga fysiska elementen som byggnader, landskap och vegetation. Platsens *betydelse* syftar till platsens upplevelsevärde, individuella och kollektiva minnen och kulturella aspekter av platsen. Med stöd i hans resonemang kring fysiska element så torde det gå att förändra en plats identitet genom att ändra eller lägga till fysiska element. Eftersom fysiska element är sammankopplade med platsens identitet förändras dess identitet vid förändring i det fysiska rummet i form av tillägg, gestaltning, naturstigar osv. även om platsens aktivitet eller betydelse inte aktivt ändras.

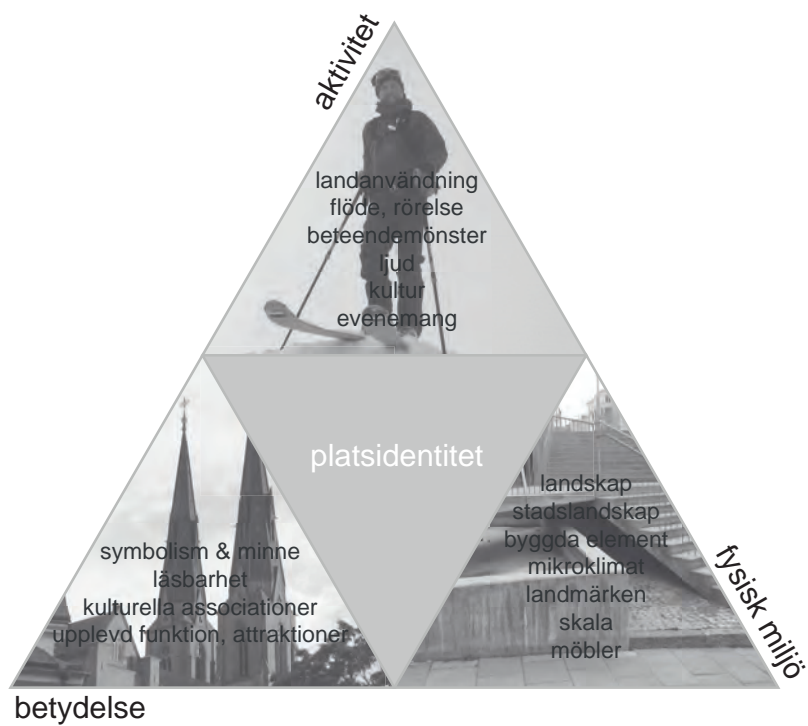
Cliff Hague och Paul Jenkins diskuterar också begreppet platsidentitet i boken *Place identity, participation and planning* (2005). De förklarar begreppet genom att bryta ner det i de två ord som begreppet är uppbyggt av, *plats* och *identitet*. De menar att orden är starkt sammanlänkade då de båda skapar och formar varandra, genom att det ena är närvarande vid förandet av det andra och omvänt (Hague & Jenkins 2005:5). Ordens samexistens kan förtydligas genom att diskutera deras innebörd var för sig. En förklaring av ordet *plats* är att det inte bara omfattar ett geografisk läge utan också tid och människors minnen, upplevelser och tolkningar (Hague & Jenkins 2005:5). Hague och Jenkins ger som exempel,

55 degrees 57 minutes north and 3 degrees 13 minutes west are not a place, but when we call that same space 'Edinburgh' it becomes a place. Though longitude and latitude identify a location they do not give identity to a place. It is interpretation and narrative that give identity and it is identity that transform space into place.
(Hague & Jenkins 2005:4-5).

De menar att skapandet av en plats är ett komplext fenomen som görs över tid genom människors användning och vad den betyder för dem. Hague och Jenkins (2005:5) förklarar vidare att *identitet* är det som utmärker någon eller något. De menar att identitet skapas och formas i integrationen mellan människor och att människor filtrerar det som sägs om en plats med egna uppfattningar och gemensamma sociala preferenser som är formade av kön, ålder, nationalitet osv. När de sedan kommunicerar sin bild av platsen med andra skapas en plats. De menar att det är denna process som utgör identiteten och omvandlar en *position* till en *plats*. Det vill säga att identitet inte skapas av en individ utan av flera individer tillsammans.

Hague och Jenkins definierar således begreppet *platsidentitet* som produkten av känslor, aktiviteter, upplevelsevärden och minnen som en fysisk plats förknippas med. Denna definition särskiljer sig något från Montgomery (1998) som menar att platsidentitet även omfattar de fysiska elementen på platsen.

I detta arbete används en definition som överensstämmer mer med Montgomerys teorier än med Hague och Jenkins. Detta arbete utgår från Montgomerys triangel (*figur 4*) som omfattar begreppen *aktivitet*, *fysisk miljö* och *betydelse* vilka tillsammans skapar *platsidentitet*. *Individuell platsidentitet* åsyftar den enskilda platsens unika platsidentitet.



figur 4. Illustration av de delar som skapar platsidentitet enligt John Montgomery (Montgomery 1998:97).

BETRAKTA OCH UPPLEVA EN PLATS

För att kunna göra en fungerande gestaltning behöver hänsyn tas till hur vi uppfattar och betraktar en plats. Gordon Cullen beskriver i sin bok *The Concise Townscape* (2006) resultatet av en fenomenologisk undersökning av hur ett stadslandskap upplevs. Han menar att vi betraktar vår omgivning främst visuellt, vilket i sin tur skapar känslomässiga reaktioner. Han menar att visuell variation är positivt för den spatia upplevelsen av staden. För att förstå de känslomässiga reaktionerna beskriver han tre kategorier, *optik*, *placering* och *innehåll* (Cullen 2006:8-12). *Optik* beskrivs med begreppet *Serial Vision*, som kopplar till vårt rörelsemönster, det styrs genom att man ser och siktar in sig på monumentala objekt. Till exempel att fokuspunkter som betraktaren kan se på håll kan fungera som magneter där människor dras mot objektet, med det kan man kanalisera och vägleda människans rörelse genom en plats (Cullen 2006:103). *Placering* är förhållandet mellan kroppen och objekt du ser som kopplas till begreppen *här*, *där* och *det*. Förhållandet mellan var du befinner dig och vad du ser kan frambringa exempelvis känslor som klaustrofobi när du befinner dig i trånga utrymmen eller agorafobi på stora öppna platser. *Innehåll* beskrivs som reaktioner som kan kopplas till karaktär, stil, skala, textur och kulör (Cullen 2006:11). Exempelvis har stadens byggnader olika struktur, fasadbeklädnad och storlek som har vuxit fram över tid och skapat ett varierat stadslandskap. Han menar att de känslomässiga reaktionerna skiljer sig åt, beroende på om man betraktar ett homogent miljonprogramsområde eller en stadsdel som fått utvecklas över tid med olika uttryck och arkitektur.

Katja Grillner (2000) pekar också ut de visuella aspekterna i betraktelsen av omgivningen men menar att det finns fler faktorer som är viktiga att diskutera och reflektera kring. Grillner har landskapsparken som utgångspunkt i sina teorier men jag anser att diskussionen kan appliceras på nästan vilken plats som helst oavsett om det är en stadskärna, stadspark eller som i detta projekt ett naturområde i fjällmiljö. Grillner menar att upplevelsen av landskapet innefattar en kroppslig rörelse från scen till scen och sinnliga intryck och igenkänning av kulturellt viktiga element, som styr betraktarens tankar i olika riktningar. Hon menar att betraktaren av ett landskap upplever

landskapet *kroppsligt*, *sinnligt* och *genom tankens associationer* samtidigt och att alla dessa aspekter är lika viktiga för upplevelsen av landskapet. Och för att skapa betydelse för landskapet (Grillner 2000:254).

Landskapsparkens gestaltning och upplevelsevärden bygger på att betraktaren leds genom landskapet och på så sätt ändras de vyer betraktaren kan ta del av hela tiden, vilket skapar en dynamisk plats.

PLATSANALYS OCH FÄLTINVENTERING

Inventeringen grundar sig i en fältinventeringsmodell som beskrivs av Maria Flinck i *Historiska trädgårdar – att bevara ett föränderligt kulturarv* (2013:117-120). Den innefattar alltid fyra grunddelar; *aktuell situationsplan*, *fotografier*, *identifiering* och *lista över växter och fasta element* och *beskrivning av platsen i text* (Flinck 2013).

Flincks inventeringsmetod styr vad som ska ingå i inventeringen men den går att variera, både i detaljnivå och omfattning beroende på platsens förutsättningar. I detta arbete innefattas inte en detaljerad lista av vegetationen, eftersom vegetationen utgjordes av naturlig eller difflyttad naturmark. Inventeringen gjordes genom att gå genom entréområdet och dokumentera platsen med fotografier, skisser och minnesanteckningar. Platsen dokumenterades vid det första platsbesöket för att få en förståelse för hur platsen upplevs som förstagångsbesökare. Detta gjordes tidigt i gestaltningsprocessen för att kunna blicka tillbaka till de första intrycken av platsen, dess funktion och orienterbarhet i ett senare skede i processen.

Analysen av platsen grundar sig i de kunskaper om platsbildande som jag har skaffat mig under min utbildning. Utgångspunkter för analysen är hur vi uppfattar vår omgivning enligt Cullen (2006) och Grillners (2000) teorier och hur platsen förhåller sig till nationalparksprofilen. Grillner (2000:254) pekar på att vi upplever platser genom att väga in fler aspekter än det

visuella. Grillners påstående tillsammans med att fokus för analysen ligger på att lära känna platsen och att hitta de beståndsdelar som utmärker platsen och skapar dess identitet, menar jag motiverar en längre upplevelse och behov att återkomma till platsen. Upprepade platsbesök ger större spektra av intryck då platsen hela tiden förändras med årstiden, väderlek och den egna tidigare erfarenheten av platsen. Analysarbetet pågår parallellt med inventeringen av platsen genom att kontinuerligt reflektera över platsen, gestaltningen och de frågeställningar som dyker upp.

INTERVJUER

För att få en djupare förståelse av platsen och dess identitet kompletterades min egen inventering och analys med intervjuer/samtal med besökare och personer som arbetar på och omkring platsen. Deras erfarenheter är viktiga att ta hänsyn till för att lära känna platsen djupare än vad jag själv kan göra under mina platsbesök.

Intervjuerna genomförs med öppna frågor och har en struktur som liknar mersamtal än intervjuer. Jag försökte ställa frågorna så att besökaren inte blev påverkad av mina uppfattningar och iakttagelser. Informanterna är personer som har god insikt i naturum Fulufjällets och Fulufjällets nationalparks verksamhet och dess besökare. Intervjuerna med besökarna föregås i samtliga fall av observationer av deras rörelsemönster som dokumenteras med stödord och skisser. Intervjuerna är främst en metod för att undersöka besökarens och personalens uppfattning av platsen. Under samtalen detekterades olika upplevelsevärden som är viktiga för parken och som hjälper till att hitta de faktorer som skapar platsens individuella identitet. Upplysningarna och åsikterna gav aspekter som gestaltningen behövde ta hänsyn till och förhålla sig till. Intervjuerna med personalen var till hjälp och ett stöd under gestaltningsprocessen och fungerade både som bollplank och som en kvalitetsstämpel på gestaltningen.

ATT SKISSA

Skissandet är centralt i gestaltningsprocessen och genomsyrar projektets alla delar och uttryck i olika former. Skissen är bland annat en metod för att lära känna platsen och dess förutsättningar och för att göra visuella minnesanteckningar. Skissen är också ett sätt att utforska och reflektera över gestaltningsprocessen. Skissen är att betrakta som en undersökande metod, som detekterar problem och finner och utvärderar dess lösningar. Därför används den som metod både för att inventera och för att analysera det insamlade materialet.

En av de stora fördelarna med skissprocessen är att i den växlar man mellan att studera platsens helhet och dess detaljer, och mellan att vara rationell och intuitiv. Detta fenomen beskriver Birgerstam i *Skapande handling – om idéernas födelse* (2000:72-73). Hon beskriver också att dessa växlingar ger ett skiftande och analyserande ur olika perspektiv och menar att skissen är att betrakta som ett resultat av flera iakttagelser, tidigare händelser, erfarenheter och handlingar och personliga önskebilder. Birgerstam (1997:5) fastslår även att skissen som metod är en central och viktig del i landskapsarkitektens specifika kompetens. Pirjo Birgenstam (2000:72-73) menar att genom att skissa undersöker man en plats vilket gör att även skissperioderna i detta projekt är en del av platsanalysen. Skissverktyg för inventering, analys, i gestaltningsprocessen och presentationen av detta arbete är papper och penna, AutoCAD, Illustrator, Photoshop och SketchUp.

Arbetsområdet byggs upp i SketchUp för att enkelt och direkt kunna testa idéer i 3D och på så sätt snabbt kunna få en känsla för hur tilläggen fungerar i landskapet. Papper och penna är alltid med för att kunna dokumentera, illustrera och föra minnesanteckningar och minnesskisser. Som komplement till dessa analogiska skissverktyg används AutoCAD för att testa förslaget och skissa med exakta mått. De digitala illustrationsprogrammen Illustrator och Photoshop, används främst till att illustrera och förmedla slutresultatet i projektet. Höjdskillnaderna är relativt små inom det projekterade området men desto större i dess omgivande landskap. Ett spektakulärt landskap som besökaren tydligt ser från området och är en stor del av upplevelsen av platsen. 3D-modellen är därför ett viktigt verktyg i skissprocessen för att få en förståelse för vad besökaren kan se från olika platser.

VÄRDERA LANDSKAPSARKITEKTUR

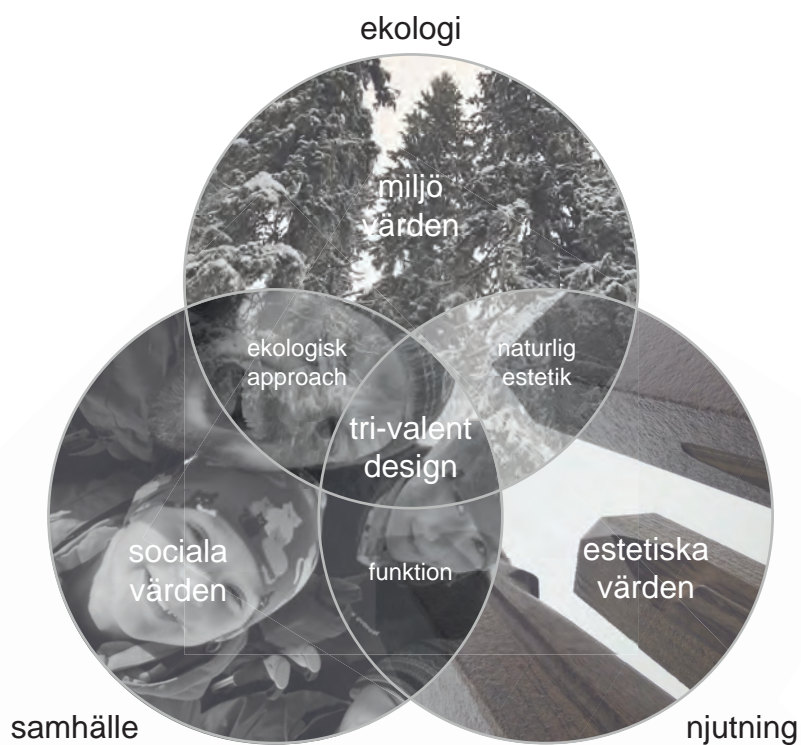
För att bedöma om en gestaltning är god design har Ian H. Thompson en hypotes som beskrivs i hans bok, *Ecology, Community and Delight* (2000). Hypotesen bygger på de byggstenar som återfinns i titeln. Thompson menar att god landskapsdesign kan bedömas genom att värdera platsens *ekologiska, sociala* och *estetiska* aspekter.

Ekologiska värden kan vara ekotjänster, habitat och grönstruktur. Men innefattar också hållbart tänkande i materialval och utförande. Sociala värden är exempelvis designens funktion, om den möjliggör social integration och om platsen känns trygg, men det kan också vara offentligt deltagande i gestaltningsprocessen. Att värdera estetik är svårt då den utgår från individens preferenser och uppfattning. Vad som anses estetiskt tilltalande förändras över tid och påverkas av samhällets rådande ideal.

Alla tre kategorierna samverkar och skapar tillsammans, det han kallar, *trivalent-design* (Thompson 2000:217) (figur 5). Om gestaltningen

har höga värden inom alla tre kategorierna kan den betraktas att inneha god design. Har gestaltningen inte värden i alla kategorier uppnås, uni-valent eller bi-valent design. Uppnås dessa är gestaltningen, enligt Thompson, att betrakta som att den inte innefattas av god design. Enligt Thompson väger inte höga värden i en kategori upp avsaknaden av värden i en annan.

I det här projektet används Thompsons teorier om tri-valent design som ett sätt att värdera gestaltningsförslaget under gestaltningsprocessen. Detta görs genom att värdera de åtgärder eller tillägg som gestaltningen innefattar enligt de tre aspekterna, ekologiska, sociala och estetiska. Värderingen görs kontinuerligt under hela gestaltningsprocessen och syftar till att skapa en så välfungerande entréplats som möjligt. I projektet inkluderar de sociala värdena om och hur gestaltningen förhåller sig till platsens funktion, individuella platsidentitet och gemenskapen mellan de övriga nationalparkerna. De ekologiska



figur 5. Illustration av de överlappande värdena för att bedöma design enligt Ian Thompsons teori. Illustrerad från original (Thompson 2000:9)

värdena innefattas av gestaltningens påverkan på miljö och klimat. För att uppnå en så liten påverkan som möjligt tas aspekter som hållbara materialval och hållbar byggnation i beaktande. Sociala värden inkluderar hur gestaltningen förhåller sig till naturvägledning för att underlätta att förmedla kunskap kring natur. De estetiska värdena fokuserar på hur tilläggen och gestaltningen förhåller sig till den grafiska profilen, platsens kontext och platsens unika karaktär.

Värderingen påverkas av personliga referenser och upplevelser för den enskilde som bedömer gestaltningen. För att bedöma om en plats, enligt teorin, omfattas av god design bör bedömningen göras tillsammans med flera personer. För att bedömningen ska bli så rättvisande och heltäckande som möjligt bör personerna även ha olika förkunskaper och preferenser. Därför presenteras och diskuteras förslaget och projektet kontinuerligt med personer som har relation till platsen eller kunskaper inom design, som till exempel naturum Fulufjällets personal och kurskollegor.



figur 6. Njupeskår i vinterskrud. 2020.03.21

PLATSENS KONTEXT

För att göra ett gestaltningsförslag är det viktigt att lära känna platsen och dess kontext. Därför görs en undersökning av naturums och Sveriges nationalparkers verksamhet. Kunskapen ligger till grund för gestaltningsförslaget och skapar ett yttre ramverk och en kontext som gestaltningen förhåller sig till.

SVERIGES NATIONALPARKER

*"No one will protect what they don't care about;
and no one will care about what they have never
experienced" - Sir David Attenborough*

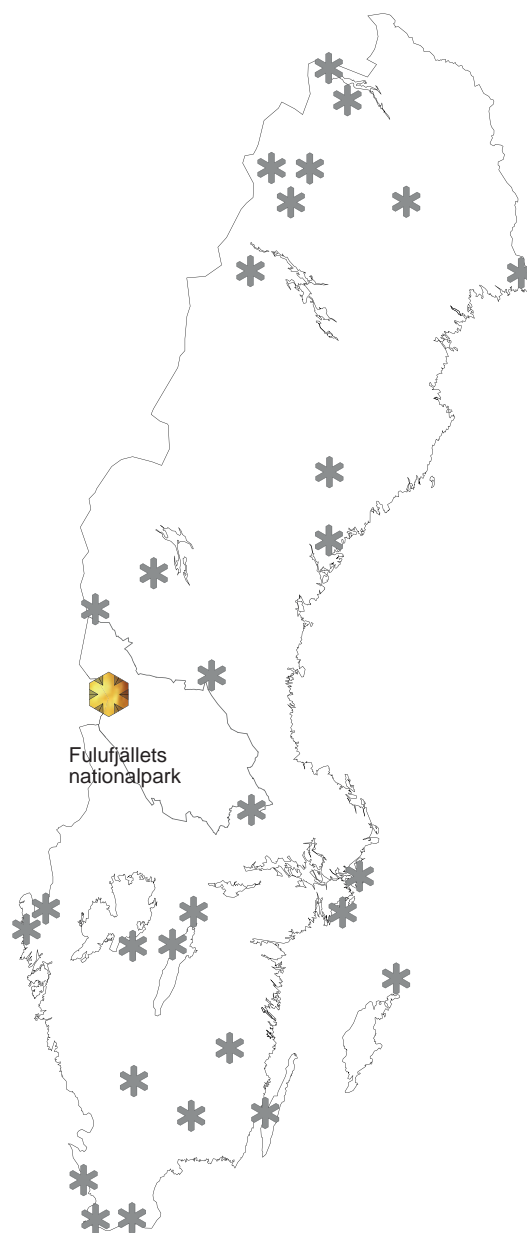
(Ecologist 2013)

För att människor ska värna om naturområden räcker det inte med att bara skydda dem, utan det kräver också att man informerar om dem och att det ges möjlighet att uppleva områdena. Därför är det viktigt att vi tillgängliggör naturområden samtidigt som vi skyddar dem.

Nationalpark är det starkaste naturskydd ett område kan få i Sverige (Naturvårdsverket 2019b). Skyddets primära uppgift är att skydda värdefulla områden för eftervärlden, vilket bidrar till att inte bara vårt *naturarv* bevaras utan också vårt *kulturarv*. Enligt mig bidrar nationalparkerna och andra skyddade områden till vår kollektiva kunskap om natur och djurliv. Kunskap som byggs upp genom att besöka dessa fantastiska områden och få möjlighet till fantastiska naturupplevelser. Jag menar att nationalparkernas uppgift också är att vara kunskapsspridare i samhället.

Den första nationalparken i världen bildades 1872, Yellowstone i Klippiga bergen i USA (Naturvårdsverket). Polarforskaren Adolf Erik Nordenskiöld föreslog 1880 att ett liknande skydd skulle implementeras även i Sverige. Men det skulle dröjda ända fram till 1909 då Sverige, som första land i Europa, skapade de första 9 nationalparkerna. Ett antal som under åren har växt till dagens 30 nationalparker (Naturvårdsverket).

Naturvårdsverket har i en övergripande plan som antogs 2008 pekat ut ytterligare 13 områden som anses vara lämpliga som nationalparker (Naturvårdsverket 2019a). Bildandet av en nationalpark beslutas av regering och riksdag efter beslutsunderlag som tas fram av Naturvårdsverket i gemensamt ansvar med länsstyrelserna. Skötseln av nationalparkerna genomförs av länsstyrelsen eller annan av naturvårdsverket utsedd aktör utifrån framtagen skötselplan (Naturvårdsverket 2019a).



figur 7 Sveriges 30 nationalparker.
Bearbetad karta. ©Lantmäteriet

NATIONALPARKSPROFILEN

VARFÖR OCH HUR

Naturvårdsverket har tillsammans med nationalparkernas förvaltare ambitionen att skapa förutsättningar för att få fler att upptäcka och intressera sig för Sveriges nationalparker. Ett långsiktigt arbete inleddes 2001 där Naturvårdsverket fastslog att de skulle göra nationalparkerna *mer kända för allmänheten, mer tillgängliga, öka nationalparkernas status och tydliggöra vad parkerna står för* (Naturvårdsverket 2019f). För att genomföra denna ambition utlystes 2008 en tävling där vinnaren gavs i uppdrag att ta fram ett förslag på en gemensam visuell identitet för Sveriges nationalparker. Tävligen vanns av Happy Forsman Bodenfors, i samarbete med White Arkitekter (Naturvårdsverket 2019f). Profilen innefattar tre kärnvärden, en gemensam målbild och en detaljerad grafisk profil (Naturvårdsverket 2020b). Kärnvärdena är *naturupplevelser, kvalitet* och *kunskap*. *Naturupplevelser* syftar till att kunna erbjuda olika aktiviteter i sevärd och välbevarad natur. *Kvalitet* ska genomsyra både fysiska element, service och all typ av vägledning och kommunikation. *Kunskap* åsyftar att genom pedagogik och erfarenhet ge besökaren en upplevelse som är spännande och underhållande (Naturvårdsverket 2020b).

Lika viktigt som de gemensamma kärnvärdena är för att skapa en gemensam identitet är den gemensamma målbilden. För Sveriges nationalparker är målbilden att: *Vi ska vara den mest populära naturattraktionen i Europa, genom världsledande pedagogik i naturen*. Det grundar sig i en medvetenhet om att de naturupplevelser vi har att erbjuda inte kan konkurrera med de mest spektakulära i världen. Men Sveriges nationalparker kan bli världsledande i att förmedla spännande kunskap som bidrar till att naturupplevelsen blir något extra och minnesvärt (Naturvårdsverket 2020b).

LOGOTYP OCH TYPOGRAFI

Den nya profilen beskrivs i två dokument, *Sveriges nationalparker – designplattform* (Naturvårdsverket 2019d) och *Sveriges nationalparker – basmanual* (Naturvårdsverket 2019c). De kompletteras med två bilagor, *Sveriges nationalparker – komponenter* (Naturvårdsverket 2013) och *Sveriges nationalparker – logotyper* (Naturvårdsverket 2011). I bilagorna beskrivs hur logotyperna ska användas och hur informationssystemet ser ut och fungerar.

Den grafiska profilens riktlinjer är djupgående och delas upp i fem beståndsdelar, *logotypen, hexagonen, färger, typografi* och *bild & illustration* (Naturvårdsverket 2019c).

Logotypen baseras på den karaktäristiska snöstjärnan (*figur 8*) och kompletteras med text i stjärna, antingen *sedan 1909* eller namnet på nationalparken som logotypen avser att kommunicera. I dokumentet beskrivs även några enkla förhållningsätt i användandet av logotypen vad beträffande färg, storlek och frizon.

Hexagonen har använts därför att den är tydlig och den kan varieras på många sätt. Hexagonen härleds till logotypens snöstjärna men hittas även i naturen. Formen är enkel men ändå kraftfull och möjliggör ett igenkännande formspråk som återkommer i stort som smått (Naturvårdsverket 2019e).



figur 8. Snöstjärnan markerar naturreservat och nationalparkerers gränser. Uppsala 2020.04.24

Färgval är en viktig del av en grafisk profil, i Sveriges nationalparkerers profil har färgerna två uppgifter. Dels ska de stärka den gemensamma identiteten och dels ska den på ett effektivt sätt guida besökaren kring entréerna och i naturen. I profilen delas färgerna upp i två kategorier, *Identitet* och *Information* (Naturvårdsverket 2019c). Identitetsfärgerna är uppdelade i ytterligare tre kategorier, *bakgrundsfärgerna* som ska skapa ett lugn, *accentfärgerna* som ska belysa detaljer och *guld* ska användas sparsamt och återfinns i exempelvis i logotypen och i arkitektoniska detaljer. Informationsfärgerna ska orientera besökaren och är tydliga signalfärger som är lätta att särskilja från varandra och som syns tydligt i naturen.

I basmanualen för profilen delas typograferna upp i två kategorier, id-typografi och vardagstypografi. Båda ska hjälpa till att skapa en gemensam identitet, id-typografin ska användas på allt tryckt material, som broschyrer och informationsskyltar. Vardagstypografin används när inte id-typografin kan användas, exempelvis i mailkonversationer. Utöver typografin poängteras även vikten av kontrastverkan, mellan text och bakgrund (Naturvårdsverket 2019c).

Att kommunicera med bilder och illustrationer är en viktig del i nationalparkernas arbete för att förmedla kunskap, information och öka orienterbarheten. Manualen beskriver hur fotografierna ska hjälpa till att förmedla budskap, alltid med mer bild än text. Detsamma gäller även för de illustrationer som kommuniceras, både de stiliserade och naturalistiska. För att förtydliga vissa funktioner och påbud används hexagonformade piktogram (Naturvårdsverket 2019c).

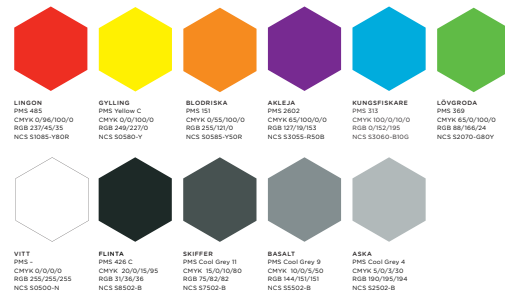
De grafiska riktlinjerna gör att kommunikationen utåt blir gemensam, vilket ökar igenkänningen mellan olika nationalparker och det skapas en gemensam identitet.

FÄRGALETT

FÄRGALETT / IDENTITET



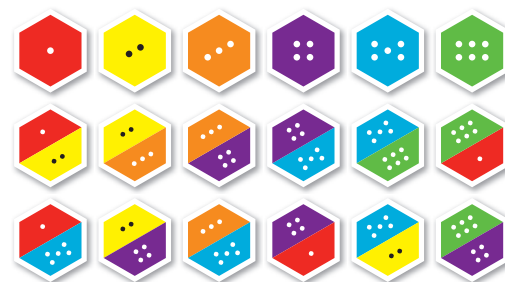
FÄRGALETT / INFORMATION / PIKTOGRAM



PIKTOGRAM



HÄNVISNINGSSYSTEM



figur 9. Kollage av profilens färgpalett, piktogram och hänvisningssystem. ©Naturvårdsverket

GULDKRONA, KOMPONENTER, HEXAGON OCH 60°

I logotypens förlängning finns guldkronan, vars formspråk bygger på logotypens guldstjärna. Det är inte en logotyp utan en stark identitetsbärare och markör. Guldkronans form är hämtad från hexagonen, som återfinns i djur-, växt- och mineralriket. I hexagonens möte med guldstjärnan skapas en kraftfull markör som markerar det finaste Sverige har att erbjuda, skyddad natur (Naturvårdsverket 2019e).

Efter att den nya profilen har implementerats placeras en guldkrona ut i parken (figur 10).

Ett komplement till den grafiska profilen är ett komponentbibliotek med skyltar, vägvisare och gränstolpar. Komponenternas utseende och funktion beskrivs utförligt i dokumentet, *komponenter 3.2* (Naturvårdsverket 2013). Dokumentet kan liknas vid en produktkatalog där de olika nationalparkernas förvaltare kan beställa de skyltar de anser sig behöva. Informationens innehåll bestäms av parkens förvaltare i samråd



figur 10. Abisko nationalparks Guldkrona.
Beskuren bild ©Elisabeth Goth 2018.05.11

med naturvårdsverket. Informationens grafiska utseende och skyltens utseende ska följa profilens och komponentbibliotekets riktlinjer. Hexagonens geometriska form ger komponenternas minsta gemensamma nämnare, 60° (Naturvårdsverket 2013). Formspråket i alla komponenter är antingen en direkt avbild av stjärnan eller med den minsta gemensamma nämnaren, 60°. Komponenterna delas in i tre kategorier, *nationalparksmarkör*, *hänvisningssystem* och *informationssystem* (Naturvårdsverket 2013). Nationalparksmarkören, guldkronan, kan fäs i två olika storlekar, antingen som fristående på mark eller vertikalmonterad, på exempelvis en bergvägg. I hänvisningssystemet ingår skyltar, vägvisare, ledmarkeringar och gränstolpar medan i informationssystemet hittas informationsskyltar i olika storlekar och utföranden, folderställ och fristående nationalparksmodell (Naturvårdsverket 2013).

För mig är det tydligt att komponenternas gemensamma nämnare är 60°. Vinkeln återkommer konstant i både stort och smått. Jag anser att det är bra att använda sig av en gemensam nämnare och positivt att den utgörs av en enkel form. Dock kan det vara så att detta inte uppfattas av alla besökare men genom att komplettera med ett gemensamt fotomanér och typografi på det som kommuniceras genom komponenterna byggs en formmässig tydlighet upp.

NATURVÅRDSVERKETS RIKTLINJER FÖR NATIONALPARKSENTRÉER

Utöver den visuella profilen finns fler riktlinjer att ta hänsyn till vid utformning av entréplatser i nationalparker. Naturvårdsverket tog 2007 fram rapporten *Riktlinjer för entréer till Sveriges nationalparker* (rapport 5633) som reviderades 2015, *rapport 6656* (Naturvårdsverket 2015a). Riktlinjerna är till för att skapa förutsättningar för att besökarens upplevelser kring entréerna ska ha så hög kvalitet som möjligt. Detta ska, enligt Naturvårdsverket, göras genom att tillgängliggöra service, kunskap, naturvägledning och service i naturmiljöerna. För att uppnå detta pekar rapporten ut 6 viktiga punkter som ska beaktas vid planeringen av nationalparkernas entréer, *varumärket Sveriges nationalparker, den enskilda nationalparkens karaktär, läget i landskapet, organisation av entréplatsen, tillgänglighet & service samt arkitektur & utformning* (Naturvårdsverket 2015a).

Enligt naturvårdsverket bidrar ett gemensamt varumärke till att på ett effektivt och trovärdigt sätt kommunicera ett gemensamt budskap. De menar att den gemensamma grafiska profilen och komponentbiblioteket är viktiga delar för att detta ska kunna uppnås. Entréplatsen ska förmedla den enskilda nationalparkens karaktär, främst genom att naturen ges huvudfokus i upplevelsen och samtidigt lyfta det unika på platsen. Vidare anser de att för att kunna lyfta det unika är även placeringen av entrén i landskapet viktig. Entrén ska var tillgänglighetsanpassad och inrymma flera olika funktioner, som service, informationsskyltar och parkeringsplatser (Naturvårdsverket 2015). I riktlinjerna betonas att arkitekturen och utformningen av tillagda element på platsen bidrar till hur besökaren upplever platsen. De menar att det är viktigt att entréplatsen genomsyras av hög kvalitet, detta gäller inte bara byggda element utan även exempelvis markmaterial, sittplatser och spänger. Hög kvalitet innefattar även att skapa långsiktigt hållbara lösningar och tillagda element (Naturvårdsverket 2015a).

NATURUM

Naturum har som syfte att fungera som ett centrum och port in till ett naturområde. Dess verksamhet ska förmedla, beskriva och ge förståelse för naturområdets olika värden och samtidigt inspirera till att besökare tar sig till och vistas i natur, både i allmänhet och på specifika ställen (Naturvårdsverket 2015b).

Verksamheten som bedrivs har besökaren i fokus och arbetar främst med naturvägledning med värdeorden *tillgänglig, inspirerande och välkomnande* som mantra. Verksamheten inkluderar även natur- och kulturmiljövård och bedrivs både utom- och inomhus kring en eller flera byggnader som benämns *naturum*. Ett naturum ska både behandla naturvetenskapliga värden och upplevelsevärden och inkludera kommunikation kring människans påverkan så väl som beroendeställning till naturen. Naturumets verksamhet ska också på ett lustfyllt och inspirerande sätt förmedla kunskap om och kulturlandskap och ekosystemtjänster (Naturvårdsverket 2015b).

Naturvårdsverket äger rättigheterna kring namnet *naturum* och dess varumärke och myndigheten öppnade de första naturumen redan 1973 i Visby, på Öland och Omberg. Antalet har sedan dess varierat och i skrivande stund finns det 33 stycken (Naturvårdsverket 2020a).

Naturums målgrupp är egentligen alla människor men verksamheten fokuserar på människor som naturen är relativt okänd för, barn och unga och de som kommer till naturum i undervisningssyfte. En viktig aspekt för naturum och dess verksamhet är att den ska var tillgänglig för alla och i detta fall är det ett vitt begrepp som inte bara inkluderar fysiska element utan även själva verksamheten (Naturvårdsverket 2015b).

Riktlinjerna för naturum (Naturvårdsverket 2015b) pekar ut att lokaliseringen av naturum primärt ska ligga vid attraktiva och värdefulla naturområden för naturvård och friluftsliv men det ges också möjlighet att etablera naturum vid naturområden med höga friluftsvärden i närheten av tätorter. Naturum vid nationalparker ska fungera som besökscentra för nationalparken och då ska byggnaderna refereras till som naturum men verksamheten ska bedrivas i nationalparkens namn. Naturumet ska normalt förläggas vid nationalparkens huvudentré, som det gör i Fulufjällets fall.



figur 11. naturum Fulufjällets entré, by night. 2020.02.13

NATURVÄGLEDNING

Vad är och innefattar naturvägledning? 1990 fastslog Nordiska ministerrådet en definition av begreppet som betonar att det handlar om att förmedla kunskap om natur. Syftet är inte bara att förmedla kunskap utan sträcker sig utöver det, definitionen betonar också vikten av att väcka känslor kring natur. Naturvägledning ska möjliggöra positiva upplevelser i natur, vilket ökar miljömedvetenheten både hos den enskilde och samhället som helhet (Arnell 2009:11-13). Trots definitionens sentida uppkomst så är naturvägledning som fenomen inget nytt, Naturskyddsföreningen hade redan 1909 i sin portalparagraf med orden "väcka och underhålla kärleken till vår svenska natur" (Arnell 2009:11).

Naturvägledning som fenomen har funnits i flera hundra år, genom exempelvis botaniska trädgårdar och naturhistoriska museum. Men det var inte förrän på 1950-talet som det fick ett uppsving och medvetandet om vikten av natur- och miljövård spreds. På 50-talet insåg man att barnen är en viktig målgrupp. Det var vid denna tid som statens natur- och miljövård organiserades som senare möjliggjorde att de första naturumen inrättades på 70-talet. Vidare grundades naturskolorna på 80-talet och från 2004 arbetar Naturvårdsverket efter principen *Värna-Vårda-Visa* (Arnell 2009:11).

Det går att skilja på obemannad och bemannad naturvägledning. Begreppen kategoriserar i huvudsak två sätt att förmedla kunskap på, genom exempelvis guidningar och skyltar. Båda är viktiga att beakta vid gestaltning i naturmarker där naturvägledning bedrivs.



figur 12. Naturvägledning, naturvägledaren Sebastian "Basti" Kirppu berättar om lavskrikan medan den visar upp sig för en internationell publik. 2020.03.21

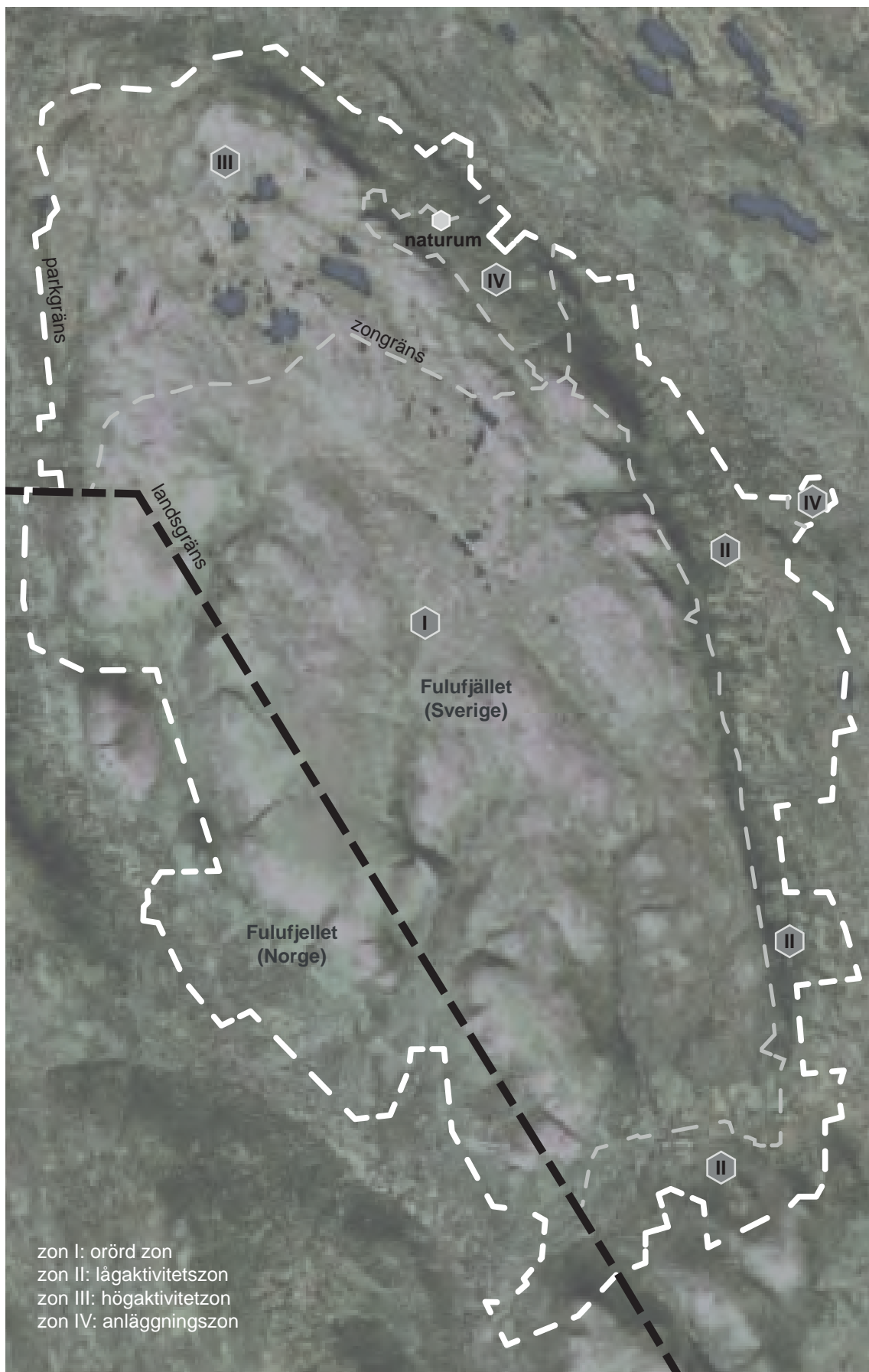
ENTRÉPLATS FULUFJÄLLET

Fulufjället nationalpark ligger i Älvdalens kommun i nordvästra Dalarna och täcker en yta på 385 km² (Lundqvist 2002). Största delen av parken utgörs av själva Fulufjället som är en flack högplatå, ett landskap som karakteriseras av sina mjuka toppar och branta platåsidor med fjällskog. Parkens högsta topp är Brattfjället i väster som sträcker sig 1042 meter över havet. På platåns norra del finner besökaren ett sjösystem med både öring och röding. Från platåns sjöar rinner flera vattendrag som genom åren skurit sig ner i berggrunden och skapat djupa dalar och rasbranter längs platåns kanter. Den i särklass mest kända är Njupeskar vars vattenfall är ett av Sveriges högsta med sina 93 meter och fria fall på 70 meter. Fjällets berggrund består av dalasandsten med inslag av svart diabas, sandstenen skapar karaktäristiska kubformade formationer i dalgångarna och i rasbranterna. Här kan man även hitta sandsten med tydliga böljeslagsmärken som är en fantasigäckande kvarleva från när fjället låg under ett mäktigt hav (figur 21). Fjällets flora och fauna är typiska för fjällvärlden. Dock är Fulufjället det enda fjäll i Sverige där ingen renskötsel har bedrivits sedan flera generationer. Det ger ett unikt landskap med svällande mattor av lavar. De frodiga urskogslänkande granskogarna längs fjällsidorna och våtmarkerna utgör goda förutsättningar för det artrika fågellivet i parken, vilket är en stor del av parkens upplevelsevärde (Lundqvist 2002).

Nationalparken fick sitt skydd 2002 med syftet att kunna bevara ett sydligt fjäll med typisk vegetation i ett opåverkat område med stora naturvärden. Parken är indelad i 4 zoner som reglerar var olika aktiviteter får bedrivas. Den största delen av fjället omfattas av zon I, det är en orörd zon utan aktiviteter, utöver naturturism. Zon II (figur 14) är en lågaktivitetszon medan zon III får nyttjas mer intensivt med till exempel fiske och skoteråkning längs vinterleder. Zon IV benämns som en anläggningszon, där tillåts större ingrepp i form av byggnationer. Här är naturum Fulufjället beläget och zonen omfattar även Njupeskar (Lundqvist 2002).



figur 13. Fulufjällets nationalpark ligger i nordvästra Dalarna. Bearbetad karta. ©Lantmäteriet



figur 14. Illustration över Fulufjällets nationalpark och zonindelningen. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet



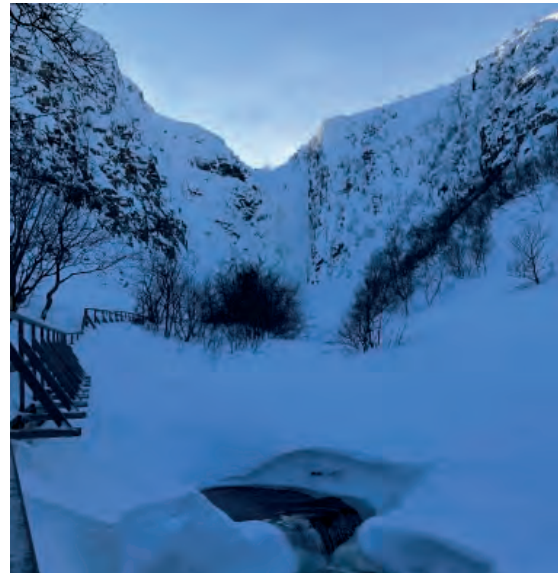
figur 15. Plattåfjället sommartid. ©Länsstyrelsen Dalarna



figur 18. Plattåfjället vintertid. ©Länsstyrelsen Dalarna



figur 16. Lavsrika, en av invånarna i nationalparken



figur 19. Njupeskärets 70 meter höga vattenfall



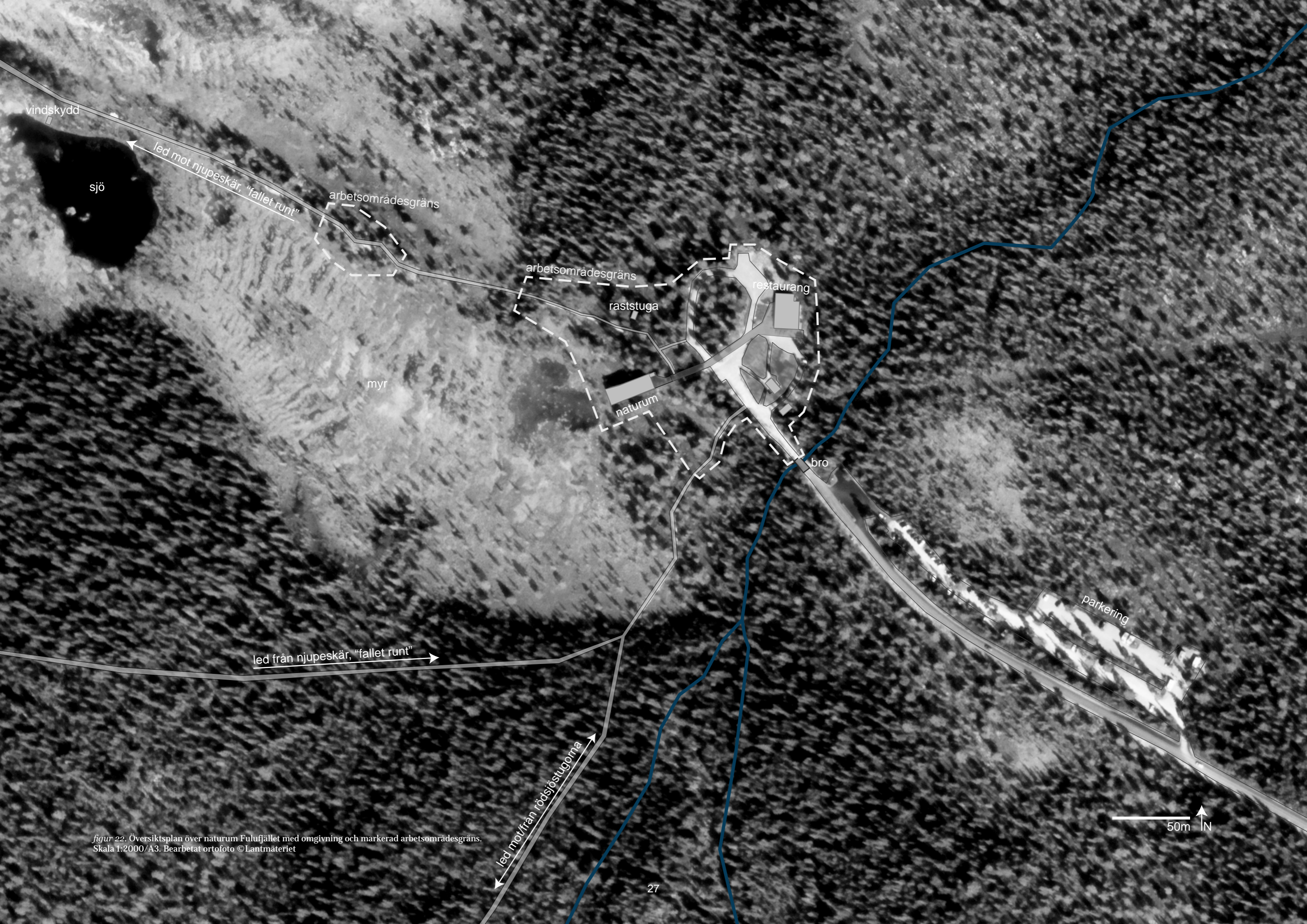
figur 17. Old Tjikko är en 9550 år gammal *Picea Abies*
©Länsstyrelsen Dalarna



figur 20. Älvdalskvartsit



figur 21. Älvdalskvartsit med böljeslagsmärken



figur 22. Översiktsplan över naturum Fulufället med omgivning och markerad arbetsområdesgräns.
Skala 1:2000/A3. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

PROGRAMPUNKTER – PLATSENS KONTEXT

Här följer några punkter som sammanfattar kapitlet och pekar ut viktiga aspekter att ta med in i gestaltungsprocessen.

- *platsen ska vara anpassad till flera olika verksamheter och aktiviteter.*
- *naturvägledning är viktigt och tar sig i uttryck på många sätt, som kan kategoriseras i obemannad och bemannad naturvägledning*
- *naturums viktigaste verksamhet är naturvägledning.*
- *projektets arbetsområdet ligger i zon 4, där byggnation tillåts.*
- *hexagonen som grundläggande formelement med minsta gemensamma nämnare är 60°, vilket implementeras i stort och smått.*
- *färgval ska spegla NP-profilen.*
- *högkvalitativ gestaltning.*
- *hållbara materialval, både vad gällande kvalitet och klimat.*
- *guldkronan ska placeras ut, som markör för nationalparken.*
- *individuell platsidentitet ges genom att kommunicera parkens unika upplevelsevärden och karaktär.*
- *entréplatsens unika karaktär bör lyftas för att skapa individuell platsidentitet.*



figur 23. Lavskrika som fikar. ©Olof Olterman Arvidsson 2020.03.21

PLATSANALYS & SKISSPROCESS

Gestaltungsprocessens primära stöttepelare var platsbesöken i Fulufjällets nationalpark som inkluderade inventering och analys av platsen. Inventeringen och analysen presenteras i bilder, text och i plan. Efter inventering och analys användes olika skissmetoder som resulterade i gestaltungsprogrammet som presenteras i efterföljande kapitel.

PLATSBESÖK OCH SKISSPROCESS

Beskrivningen är linjär för att på ett strukturerat sätt beskriva en, i verkligheten, icke linjär process. Här beskrivs vad som genomfördes under platsbesöken och hur skissprocessen gick till. Då jag inte haft tillgång till någon detaljerad inmätning av naturum Fulufjället och dess närområde har jag utgått från baskarta, ortofoto och egna inmätningar som grund för att ta fram ett AutoCAD-underlag som jag senare använt i skissprocessen och i framtagandet av planer och illustrationer.

PLATSBESÖK 1

(2020.02.12-15)

Under det första platsbesöket låg fokus på att inventera, analysera och få en känsla av platsen och omgivande landskap. Samt att inhämta information och kunskap om området, dels genom intervjuer och samtal med personal och besökare på plats, dels för att vara på plats och få egna erfarenheter av området. Besöket innefattade även observationer av besökarnas rörelsemönster och i den mån det gick kompletterades observationerna med korta samtal. Frågorna till besökarna fokuserade på deras upplevelse av platsen. Samtalen genomfördes med öppna frågor, som; hur upplever du platsen och ditt besök, vad fick dig att komma hit, vad är ditt starkaste minne från ditt besök och är du förstagsbesökare?

SKISSPERIOD 1

Under denna skissperiod användes främst penna och papper. En 3D-modell av entréplatsen byggdes upp i SketchUp för att kunna utvärdera skisserna genom att lättare få en känsla av vad besökaren upplever och ser på plats.

Under hela skissprocessen arbetade jag aktivt med NP-profilen, platsens identitet och riktlinjerna för nationalparksentréerna. Alla tillägg och förslag som skissandet gav, värderades kontinuerligt mot NP-profilen, platsens identitet och riktlinjerna. Det gav mig friheten att först skissa intuitivt och sedan utvärdera om skisserna svarade mot profilen och riktlinjerna. Det

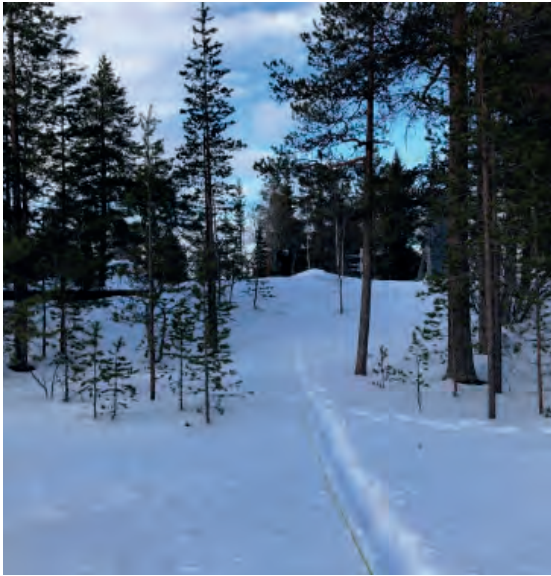
förde skissandet framåt genom att snabba på processen med profilens förutbestämda val men gav samtidigt friheten att skissa intuitivt. Fram till det andra platsbesöket gjordes skissarbetet huvudsakligen i Uppsala, med utgångspunkt från de fotografier och skisser som gjordes vid det första platsbesöket. Med platsbesöket i minne och löpande diskussioner med naturumföreståndaren Sofia Tiger tog jag fram ett förslag på utformning av platsen. Det gav ett gestaltungsprogram som jag under det andra platsbesöket utvärderade på plats. De första skisserna av entréplatsen gav två stora plana ytor på var sida om den befintliga stenlagda gången fram till naturumet. För att möta NP-profilen gavs ytorna en kantig utformning med återkommande 60°-vinklar (*figur 26, 31-32*).

PLATSBESÖK 2

(2020.03.18-21)

Det andra platsbesökets fokus låg på att testa det gestaltungsprogram som skissats fram och därigenom ge mig en bredare bild av platsens identitet. Under detta platsbesök hade jag förmånen att ha med Olof Olterman Arvidsson, som också studerar landskapsarkitektur. Vi kunde tillsammans diskutera olika lösningar, idéer och problem under platsbesöket. Vid platsbesöken var marken täckt med snö vilket både är en fördel och samtidigt en nackdel. Fördelen är att det är lätt att skissa fram konturer i snön och att kunna reflektera över storleken då markeringarna är kvar och att man beskådar det på håll och "vara i" sin skiss. Nackdelen är det självklara att snön har en förmåga att täppa till sänkor och på så sätt jämna till toppar och dalar i marken, vilket gör att man inte kan se hur marken förändras i elevation. Snötäcket gjorde att jag behövde mäta upp platsens höjdvariation med hjälp av en vägmarkering och tumstock.

Under platsbesöket skissade jag upp förslaget i skala 1:1 i snön genom att markera ytterlinjerna med fotavtryck/fotsteg (*figur 24*). Jag insåg tidigt att mitt första förslag hade alldeles för generöst tilltagna byggda ytor. Under skissarbetet i Uppsala hade de separerade ytorna uppfattats som ett gemensamt torg. Men när jag skissade upp dem på plats uppfattades de som två separata ytor. Då



figur 24. Kollage av bilder vid skiss i skala 1:1 ©Olof Olterman Arvidsson 2020.03.21

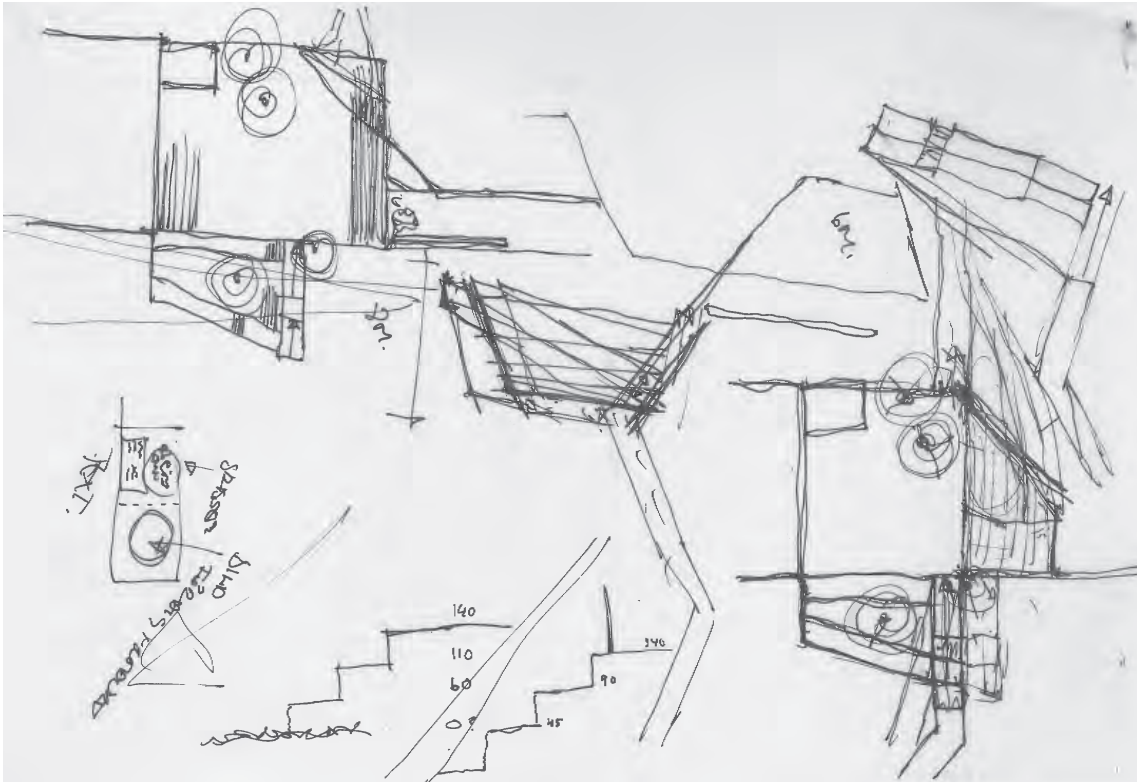
beslutade jag att överge det första förslaget och började på plats skissa på ett helt nytt förslag. Det nya förslaget växte fram genom att växelvis skissa på egen hand och diskutera med Olof och samtidigt skissa direkt i skala 1:1 för att testa idéerna. Förslaget som tog form fungerade bättre i skala och kändes mer som en sammanhållen entréplats. Förslaget bearbetades vidare under skissperiod 2 och blev grunden till det slutgiltiga gestaltungsprogrammet.

SKISSPERIOD 2

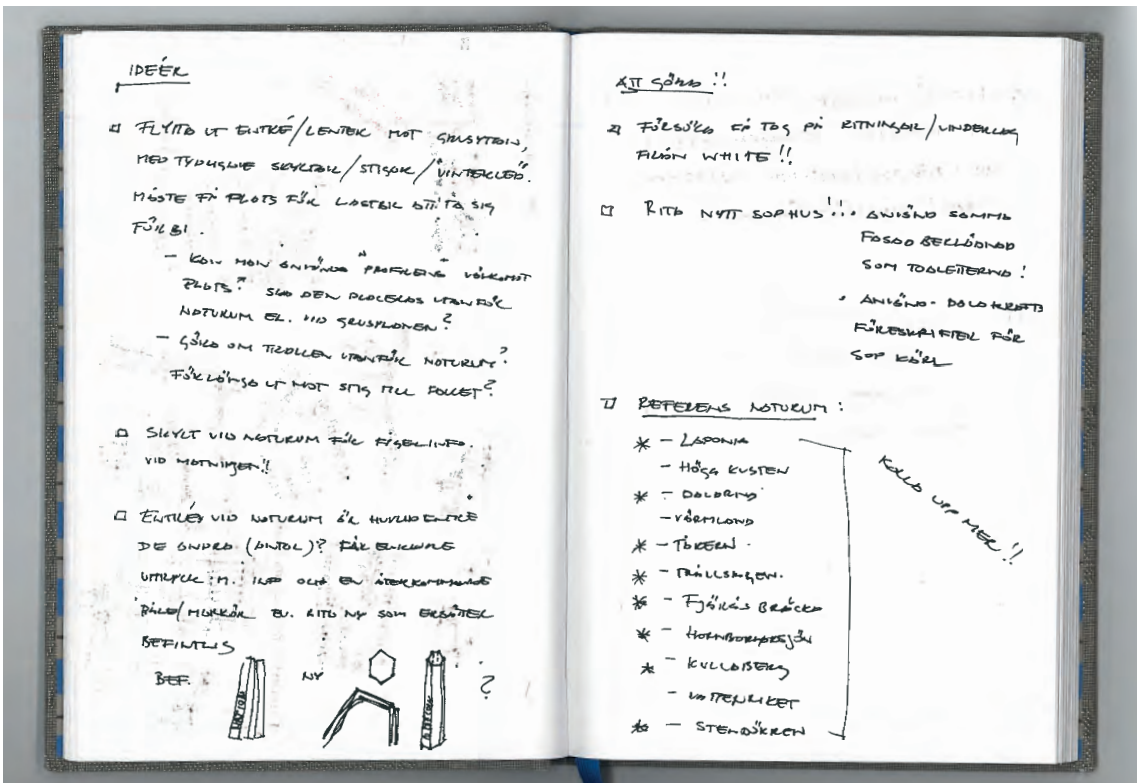
Det första förslaget för torget och gradängens 60°-vinklar övergavs till förmån för mer återhållsamma linjer som inspirerats från naturumbyggnaden. Torgets och gradängens formspråk gör att platsens befintliga identitet nyttjas och förstärks. Nu fick entréplatsen ett torg och en gradäng av trä som ansluter till en ramp i sydost. Formen på gradängen är vinklad för att få ett så bra solläge och utblick över fjället som möjligt utan att gradängen får en för spetsig form eller för stora dimensioner. Under denna period slutfördes, illustrerades och sammanställdes gestaltungsprogrammet.



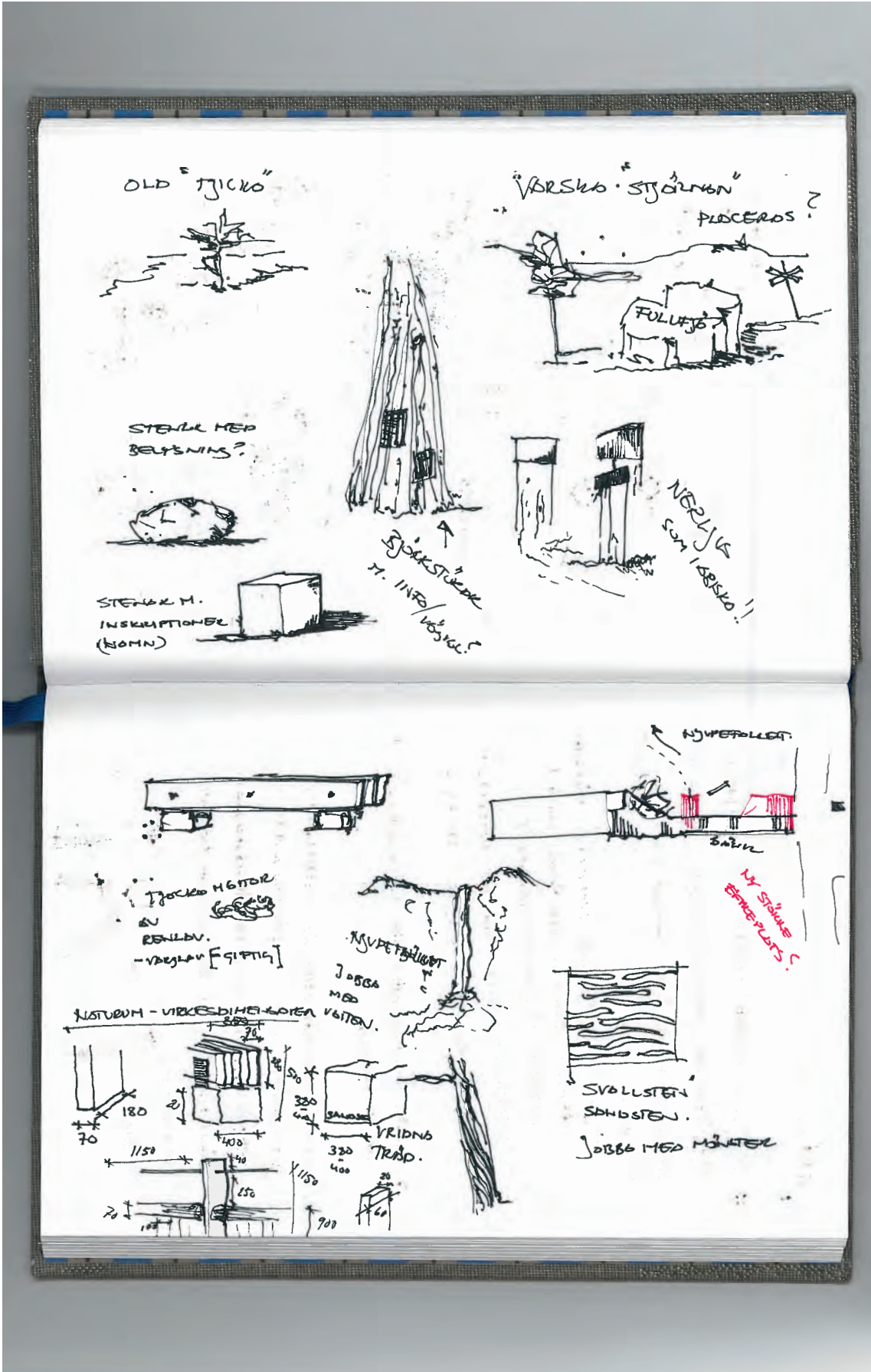
figur 25. Kollage av bilder från inmätning och vid skiss i skala 1:1 ©Olof Olterman Arvidsson 2020.03.21



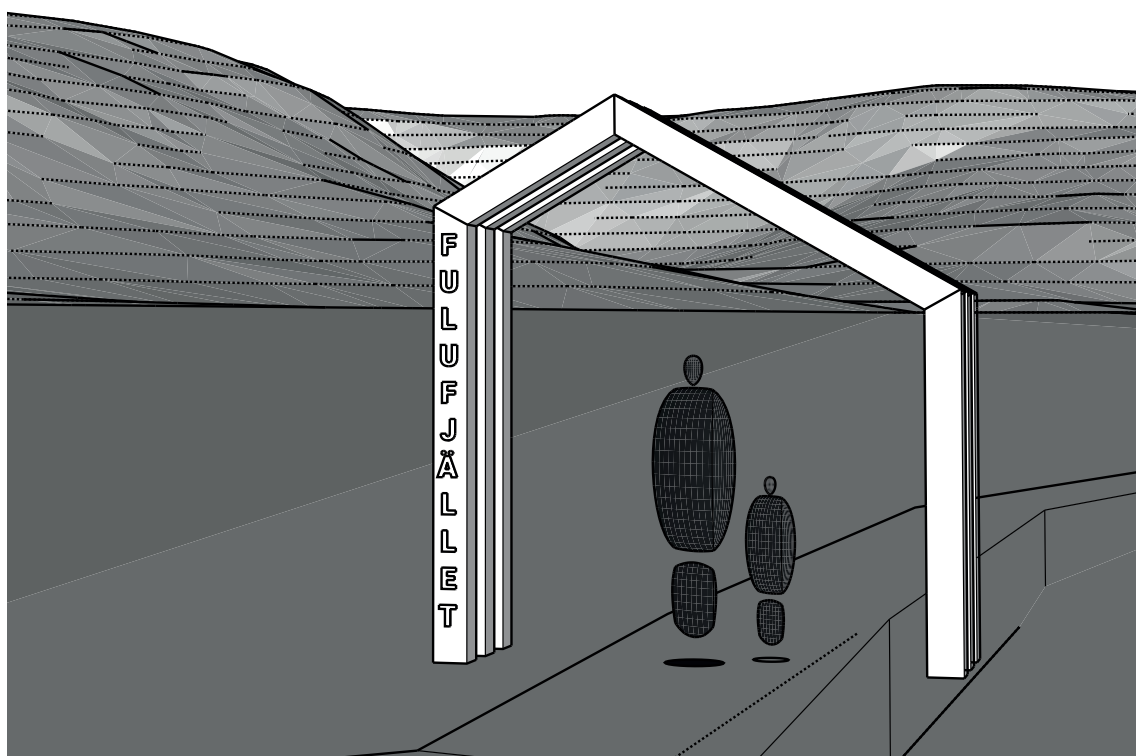
figur 26. Skiss som visar transformationen från det första förslaget och det andra förslaget för entréplatsen och gradängen.



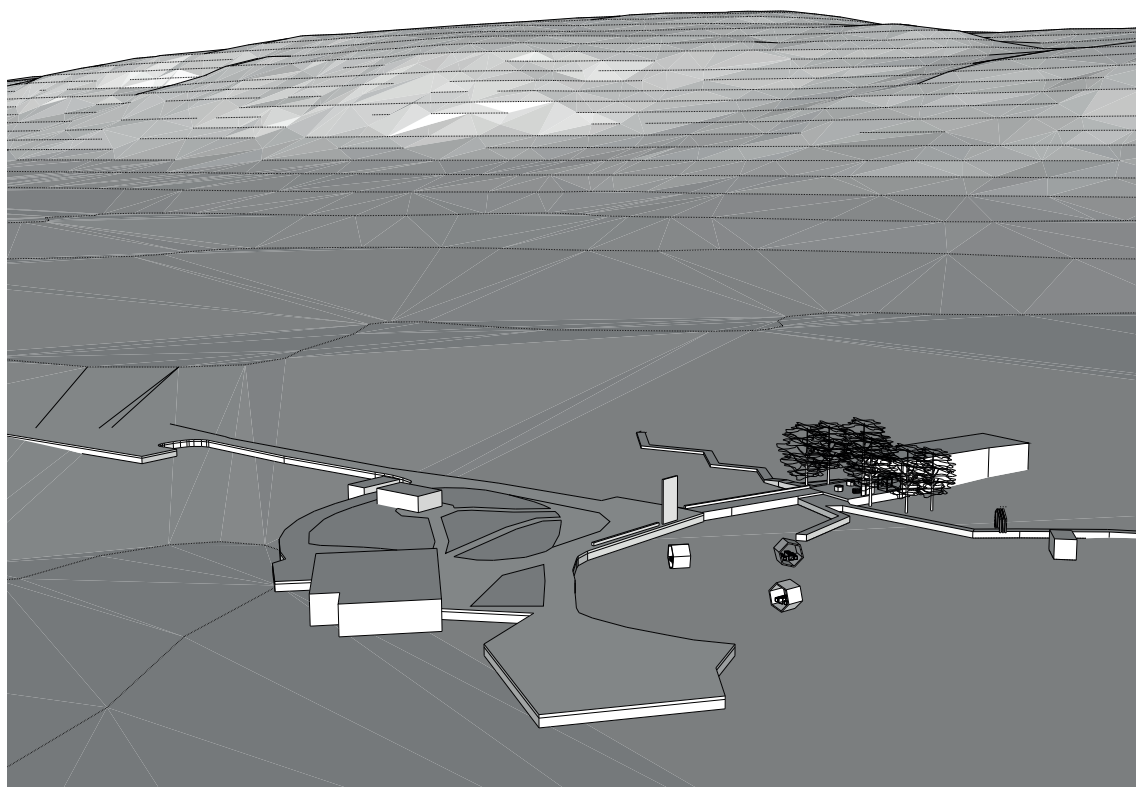
figur 27. Under arbetet antecknades idéer och att göra listor kontinuerligt.



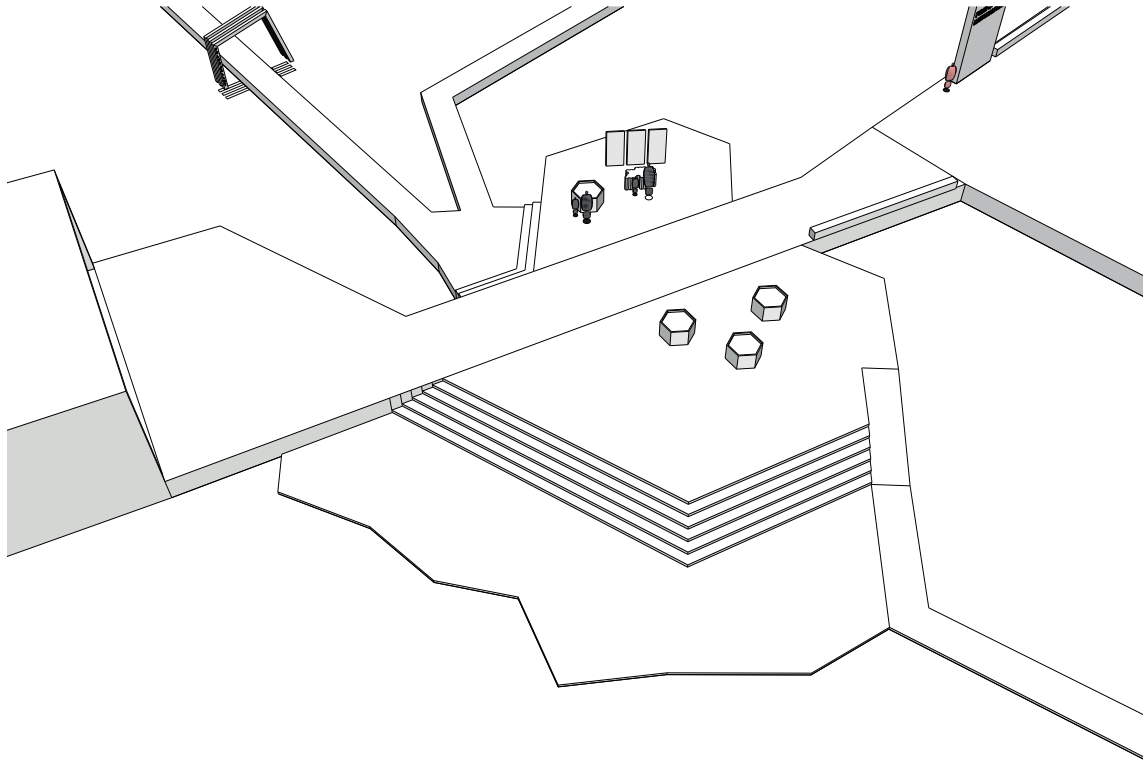
figur 28. Utdrag ur skissbok som visar blandade idéskisser och inventeringsskisser från platsbesök 1.



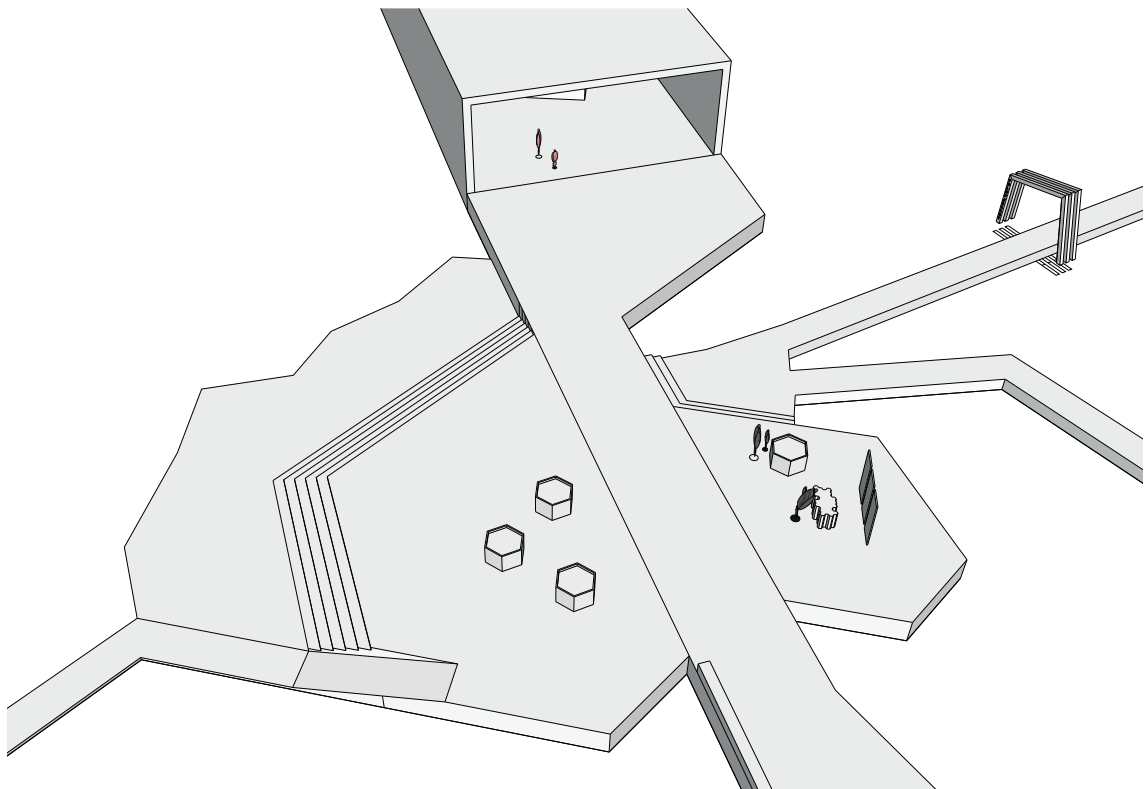
figur 29. Portiken med omgivande landskap från SketchUp modell under skissarbetet. 3D-modellen underlättade valet av placering för portiken, genom att jag kunde flytta och vrida runtportiken samtidigt som jag kunde se utblicken som fjällen utgör.



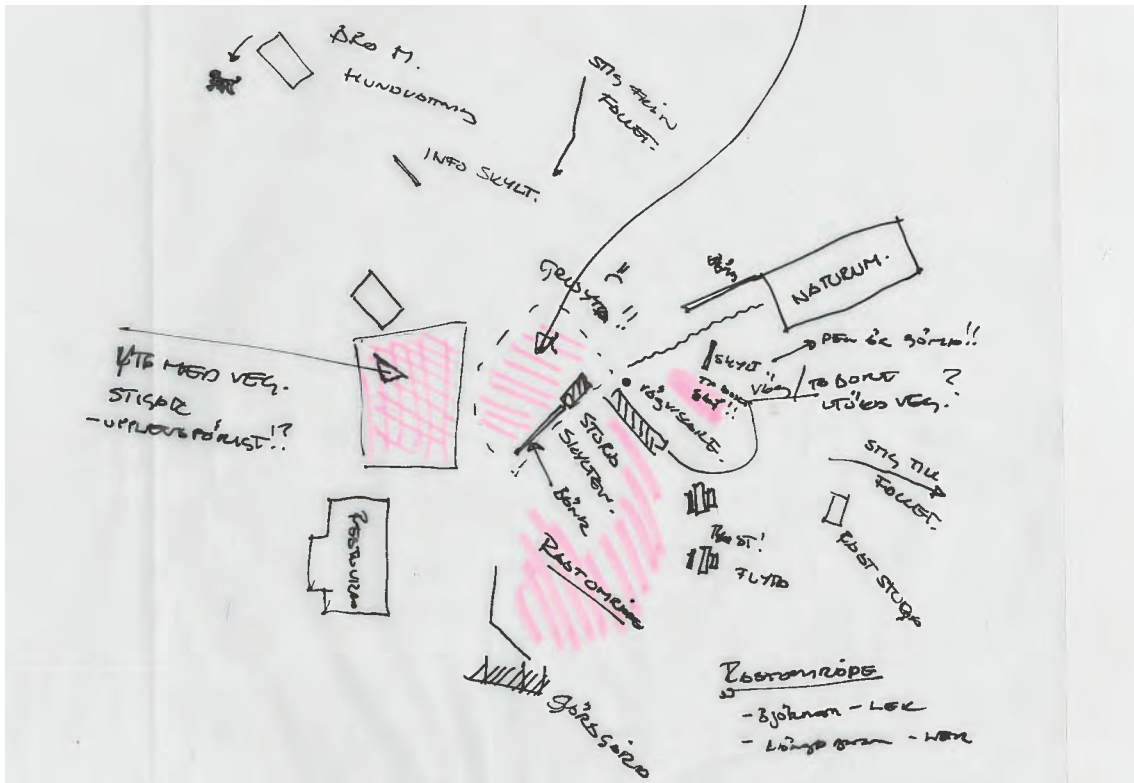
figur 30. Entréområdet med omgivande landskap från SketchUp modell under skissarbetet.



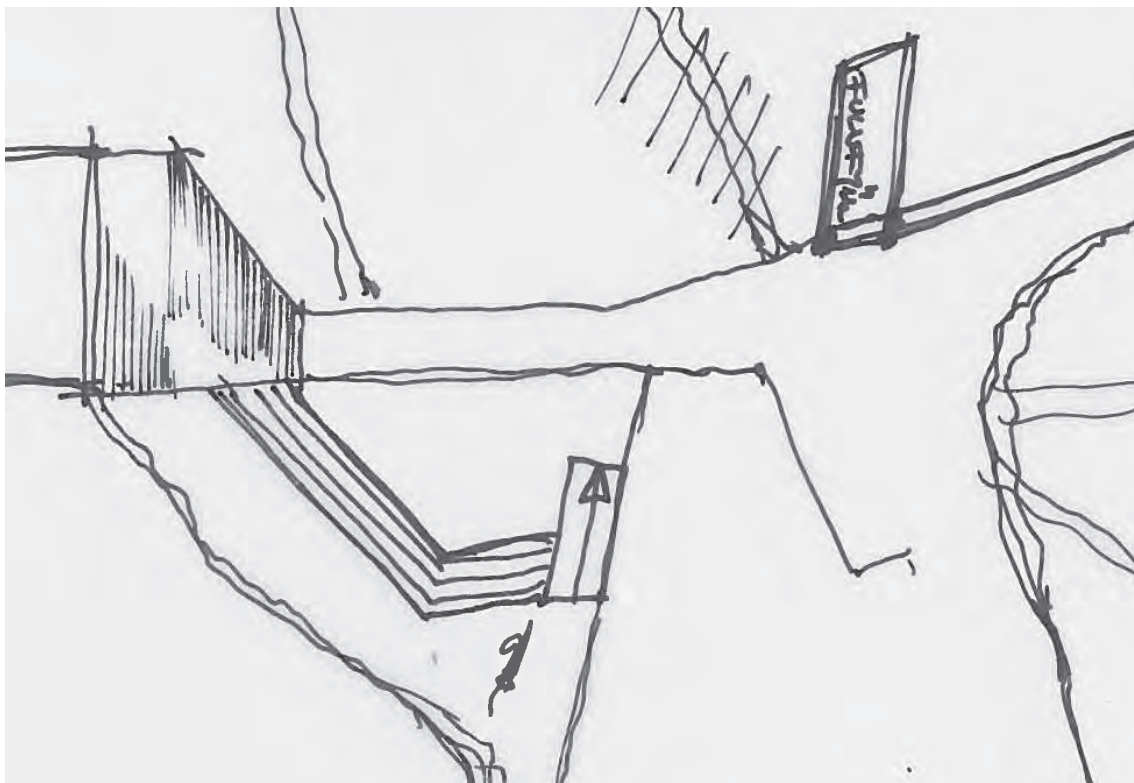
figur 31. Första förslaget för entréområdet från SketchUp modell under skissarbetet. Bilden är tagen från sydväst.



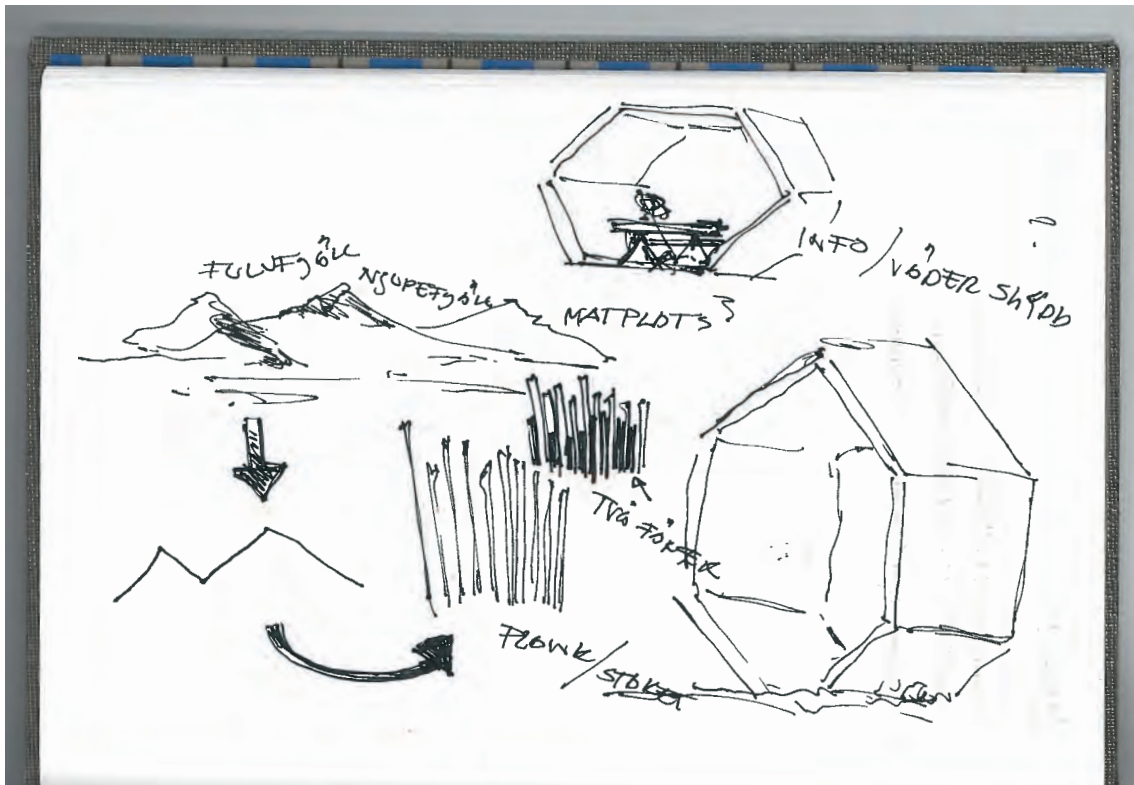
figur 32. Första förslaget för entréområdet från SketchUp modell under skissarbetet. Bilden är tagen från öster.



figur 33. Inventering och analyskiss från första platsbesöket. Under inventeringsarbetet skissades enkla planer över området med symboler, färgfält och text som dokumenterar platsen och de intryck den gav under platsbesöket.



figur 34. Första förslagets gradäng med ramp från anslutande vandringsled. Gradängen kan byggas i trä och rampen av sten. Framför gradängen finns en mindre stencmjölsyta. I detta förslag bevaras entréplatsens befintliga trädäck framför naturumet.



figur 34. Idéer som picknickbord med väderskydd och idéer om hur ett inhängande staket/plank skulle kunna designas. Designen var inspirerad av de omgivande fjällens siluetter. Tanken var att skapa platsidentitet genom att efterlikna omgivande landskaps siluetter.



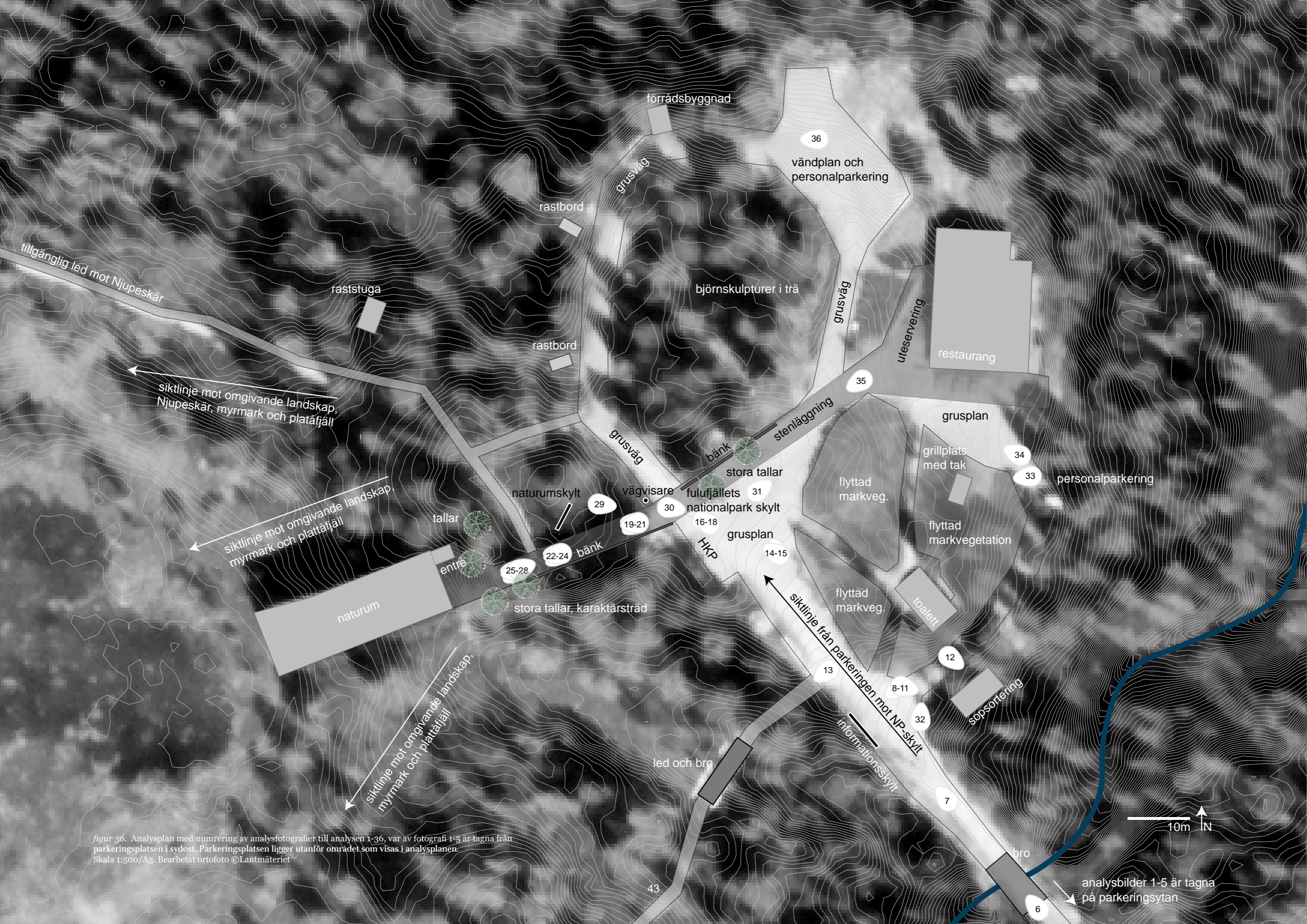
figur 35. Idéer som inte vidare bearbetades. Under skissarbetet kom det upp flera idéer som bordlades, denna skiss visar ett mindre kåta. Dessa skulle placeras ut i naturumets närområde som lekstugor för de yngre besökarna. Skissen visar också en gunga som skulle hängas upp i befintliga träd vid kåtorna.

PLATSANALYS

Jag grundar inventering och analys på Cullens (2006) och Flinck (2013:117-120) teorier kring hur vi upplever och rör oss i ett landskap som beskrivs i kapitlet *metod och material*. Genom att gå från parkeringsytan mot naturumet och entréplatsen och samtidig notera med bilder, skisser och text vad jag upplevde byggde jag upp en förståelse av platsens funktion och med hjälp av det underlaget gjorde jag platsanalysen. Den kompletterades med observationer och korta samtal med besökare för att ta del av deras upplevelser av platsen.

ANALYSPLAN

Analysplanen visar arbetsområdet kring naturum Fulufjället. Inventeringen och analysen av platsen består av insamlat material så som bilder, text och skisser. Planen sammanfattar dessa delar och illustrerar platsens förutsättningar.



figur 36. Analysplan med numrering av analysfotografier till analysen 1-36, var av fotografi 1-5 är tagna från parkeringsplatsen i sydöst. Parkeringsplatsen ligger utanför området som visas i analysplanen. Skala 1:500/A3. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

analysbilder 1-5 är tagna på parkeringsytan



INVENTERING OCH ANALYS

Det första som möter besökaren när denne kommer med bilen upp mot nationalparken är den stora nationalparksskylten i änden av vägen (1). Nationalparksskylten dominerar platsen redan när besökaren närmar sig entréområdet både till fots och i fordon. Skyltens storlek bidrar till platsorientering och är en tydlig målpunkt och en centralpunkt för hela området. Enligt Cullens (2006:103) teorier leds besökaren mellan fokuspunkter och nationalparksskylten bidrar med en dragningskraft och en riktning på platsen. Därför bör nationalparksskylten bevaras i gestaltningen av platsen, för att guida besökaren upp mot nationalarksskylten och naturumet. Skyltens placering, utformning och generösa skala gör ett starkt intryck på besökaren, utgör en målpunkt, och blir en del av platsens identitet.

Besökaren hänvisas med hjälp av en skylt till parkeringsytan (2). På parkeringen har en del vegetation bevarats, vilket skapar en känsla av att parkeringen tycks vara placerad efter naturens premisser.

Vid parkeringen finns ett flertal stenblock i varierande storlek och av olika sort. Under platsbesöken var marken täckt med snö vilket gjorde att jag inte såg dessa, men under en av naturumföreståndaren Sofia Tigers och min rundvandring visade hon var ett par av dem är placerade och berättade att de ursprungligen är från platsen. De hittades, enligt henne, vid schaktningen av vägen och har placerats ut kring parkeringen som barriärer för bilar vid vegetation.

Från parkeringen leds besökaren med hjälp av ett par skyltar och minnet om nationalparksskyltens placering mot en bro som markerar att besökaren nu är inom entréområdet (4–6). Väl framme vid bron syns nationalparksskylten tydligt. Den markerar en målpunkt, här anas också en informationsskylt på vänster sida (7). Informationsskylten informerar besökaren om nationalparken och dess omgivning (8–9). Skylten och dess information svarar inte mot den nya nationalparksprofilen. Skyltens placering gör att besökaren stannar upp innan hen har kommit fram till nationalparksskylten, vilket kan desorientera besökaren.

På motsatt sida om informationsskylten finns sopsortering och en toalettbyggnad placerad på en kulle vars markvegetation är ditflyttad från platsen där naturumbyggnaden i dag ligger (10).

Sopsorteringens byggnad består av tre väggar. Sopskärmen syns tydligt från vägen och inger ett rörigt och mindre behagligt intryck (11–12). Byggnaden bör utökas med en vägg som täcker skärmen men som samtidigt signalerar vad som finns bakom.



figur 37. Kollage av inventerings- och analysbilder tagna vid platsbesöken. 2020.02.12

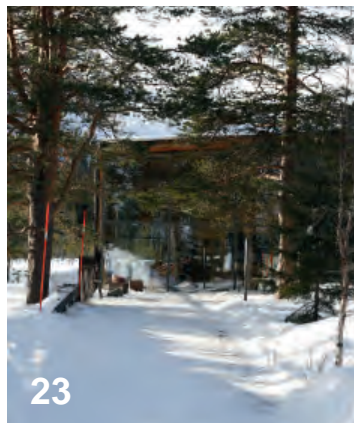
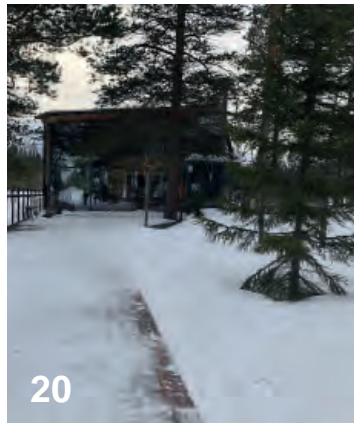
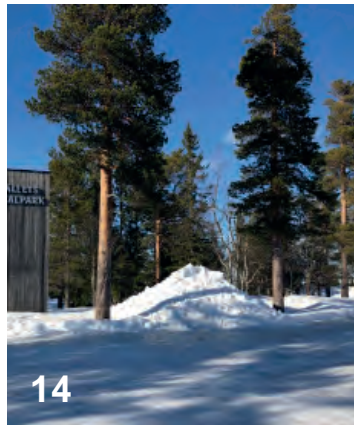
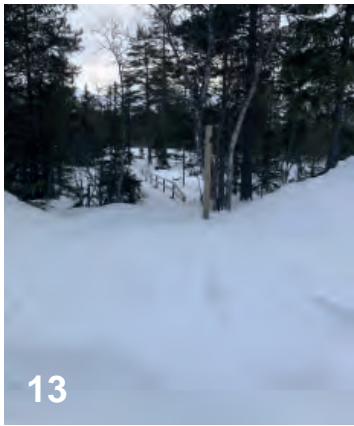
Efter informationsskylten och sopsorteringen finner besökaren, på sin vänstra sida, en led med spänger och en mindre bro som ansluter till vägen (13). Anslutande led utgör slutet av bland annat leden "Fallet runt" som passerar Njupeskår och som har sin start vid naturumet. Leden är tänkt att vara enkelriktad så att alla besökare går åt samma håll på leden, men det försvaras av att leden ansluter till vägen.

Vid nationalparksskylten öppnar en stor grusplan, som tidigare utgjorde besöksparkeringen innan den nuvarande byggdes, upp sig (14–16). Det är från denna öppna yta som besökaren kan skönja det karaktäristiska platåfjället för första gången på närmare håll sedan de klev ur bilen. Grusplanens storlek gör att besökaren lätt tappar riktning och orientering, sommartid syns markstenen som ligger som en bred gång mellan naturumet och restaurangen, vilket motverkar detta något. Stenen är återkommande som markbeläggning inom området och har platsanknytning då stensorten går att finna inom nationalparken.

Till vänster om nationalparksskylten finns en serviceväg som går runt dungen (16). Servicevägen påverkar rörelsemönstret hos besökaren markant. Enligt mina observationer följer de flesta förstagångsbesökarna omedvetet eller medvetet denna väg och kommer på så sätt tillbaka till nationalparksskylten.

Direkt till vänster om servicevägens början står en hög vägvisare (17–18). Vägvisaren är rikligt dekorerad av skyltar som pekar ut olika målpunkter. Det stora antalet skyltar förvillar besökaren och enligt de personer som intervjuats har flertalet missat vägvisaren helt eller inte "orkat" tyda alla skyltar utan förlitat sig på sin egen intuition i sitt vägval. Det visar på vikten av tydlighet och att minimera kvantiteten av den information som förmedlas.

En av målpunkterna som pekas ut av vägvisaren är naturumbyggnaden (19–20). Byggnaden kamoufleras effektivt av vegetation och skylten som ska annonsera naturumet (21) syns inte förrän besökaren kommer nästan ända fram till byggnaden. Längs stråket upp mot byggnaden finns en bänk som också fungerar som ett lågt räcke (22). Vid byggnaden finns ett antal storvuxna tallar som ger karaktär till platsen (22–23). Dessa karaktärsträd bör bevaras.



figur 38. Kollage av inventerings- och analysbilder tagna vid platsbesöken. 2020.02.12

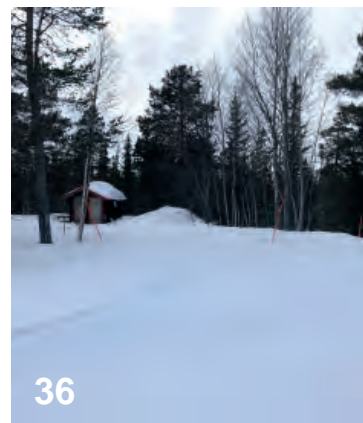
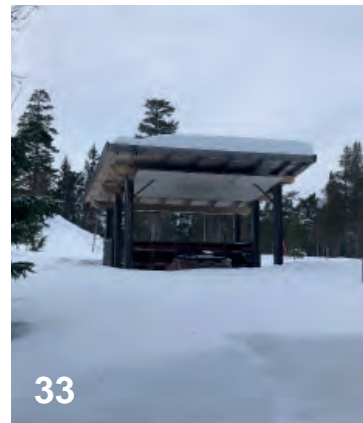
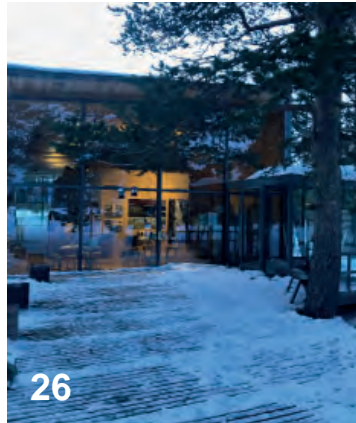
Väl framme vid naturumet möts besökaren av ett mindre trädäck och karaktärsträd som skapar en lummig atmosfär. Trädäcket fungerar idag som en entréplats till naturumet (23–27). Byggnadens stora fönsterpartier upplevs som mörka och gör att naturumet på håll ser ut att vara nedsläckt och stängt. Själva naturumbyggnaden har höga arkitektoniska kvaliteter och en unik karaktär som skapar en individuell identitet åt platsen. Byggnaden och trädäcket är konstruerat av massiva, tjocka furuplank som både utgör stomme, golv och fasadbeklädnad. Råmaterialet är hämtat från regionen vilket ger en indirekt anknytning till platsen. Träet är obehandlat och har tillåtits åldras naturligt och har under åren fått en tilltalande patina. Entréplatsen används delvis av naturumets verksamhet men upplevs, enligt personalen, som trång. Lite av den invändiga utställningen har fått ta plats utanför entrén och här finns insektshotell och skyltar som informerar om fåglar som brukar finnas i träden kring entrén. Entréplatsen utgör även skådeplats för ett par av de unika upplevelsevärden som finns, att mata lavskrikor ur händerna och på kvällen möta och mata räven Mickla. Entréplatsen utgör starten för vandringsleden "Fallet runt" som går mot Njupeskar och som ansluter till vägen upp mot nationalparksskylten (13). Från entréplatsen vid naturumet syns inte det omkringliggande landskapet pga. att sikten skymms av byggnaden och omkringliggande skogsparti. För att betrakta landskapet krävs det att besökaren tar sig i naturumbyggnaden och kan då betrakta det genom ett spektakulärt stort fönsterparti som sträcker sig från golvet till den generöst tilltagna takhöjden. Alternativt får besökaren ta sig ner till skogspartiet bredvid entréytan för att kunna beskåda platåfjället.

Från naturumet kan restaurangbyggnaden skönjas (28–29). Stråket mellan naturumet och restaurangen är stenbelagt och syns tydligt under sommarhalvåret, dock inte på vintern. Stråket går framför nationalparksskylten och över grusplanen (30). Efter nationalparksskylten sträcker sig en lång bänk ut sig längs sidan av stråket, som hjälper till att staka ut stråkets riktning även vintertid (31).

På kullen vid grusplanen finns en toalettbyggnad (32). Hänvisningen till toaletten utgörs av en mindre vägvisare och upptrampade stigar från vägen, grusplanen och restaurangen.

Längs vägen, runt dungen, finns en personalparkering och en grillplats (33).

Grillplatsen används enligt Sofia Tiger inte så mycket av besökarna. Efter grillplatsen finns restaurangens uteservering (34). Från uteserveringen syns nationalparksskylten (35). Vid restaurangbyggnaden ansluter servicevägen som leder fram till en vändplan där slambilen kommer och tömmer sanitetstanken med jämna mellanrum. Vid vändplanen finns en mindre förrådsbyggnad som används av Länsstyrelsens naturbevakare (36).



figur 39. Kollage av inventerings- och analysbilder tagna vid platsbesöken. 2020.02.12

OBSERVATIONER OCH SAMTAL

De flesta förstagångsbesökare jag samtalade med uppfattade platsen som svårorienterad och de flesta kunde berätta att de hade gått fel och inte hittat starten på leden upp till Njupeskäret. Detta bekräftar mina egna iakttagelser och observationer av platsens funktion och besökarnas rörelsemönster.

Undersamtalen framkom vilka upplevelsevärden i parken som var viktiga för besökarna och vilka de anser skapa parkens identitet. Utöver Njupeskärets vattenfall som är en viktig målpunkt för många besök, berättade besökarna att det rika djurlivet, främst fågellivet, var värdefullt i parken. Här nämns framförallt närkontakten med lavskrikor, ekorrar och räven Mickla som alla går att möta precis utanför naturumbyggnaden. Vidare nämner besökare det unika tillfället att få se häckande par av jaktfalkar vid Njupeskäret. Personalen berättar att de också värdesätter det rika djurlivet och parkens unika landskap och vegetation. Här nämns bland annat, lavmattor, gammal orörd skog och platåfjället Fulufjället. Personalen berättar om händelser i parken, inte bara hur landskapet bildades och har förändrats över tid utan även mer personliga berättelser. Dessa berättelser är också viktiga för platsens individuella identitet.

PLATSEN UNDER SNÖTÄCKE

Under mina platsbesök har det varit snö, vilket vid en första anblick kan tyckas göra skillnad i platsens orienterbarhet, men jag är av den uppfattningen att det inte påverkar orienterbarheten. Två skillnader är värda att nämna, antalet besökare och att markmaterialet syns under sommaren. Under sommarhalvåret syns upptrampade leder och grusade vägar på platsen, dock plogas vägarna under vintern och stigarna trampas upp av besökare.

Lederna beträds inte bara av besökare utan även personal som trampar upp "rätt" väg men man kan anta att stigarna i snön till största delen görs av besökare som följer varandra och de ledmarkeringar som inte täcks med snö. Genom att det är besökare året om, så kan man anta att lederna trampas upp kontinuerligt och direkt när den första snön faller vilket gör att stigarna hamnar på "rätt" ställe från början.

Oavsett om det är snö eller inte så finns tydliga riktningar på platsen som besökaren kan följa. Den andra skillnaden är att på sommaren finns det fler besökare som rör sig på platsen. Enligt min uppfattning så har människor en tendens att följa andra människor i deras rörelsemönster. Detta fenomen gör sannolikt att fler hittar både rätt och fel på platsen.

PROGRAMPUNKTER – INVENTERING OCH ANALYS

Inventeringen och analysen av platsen pekar ut ett antal programpunkter som gestaltningen ska förhålla sig till.

Gestaltningen ska

- *skapa orienterbarhet inom entréplatsen.*
- *nationalparkens upplevelsevärde består av unik orörd natur, ett rikt fågelliv, stort antal lavsorter, stor mängd lav och vattenfallet i Njupesjär. Dessa värden bör gestaltningen förhålla sig till.*
- *minimera användningen av skyltar, för många skyltar förvillar besökaren.*
- *lyfta lokala upplevelsevärden som gör platsen unik.*
- *skapa fler möjligheter att betrakta omkringliggande landskap från entréplatsen.*
- *nyttja befintliga byggnationer, så som nationalparksskylten och naturumbyggnadens unika karaktär.*
- *lyfta parkens unika berättelser.*



figur 40. Befintlig entrémarkör för Fulufjällets nationalpark. 2020.02.13

GESTALTNINGS- PROGRAM – FULUFJÄLLET

Under platsbesöken, intervjuerna, inventering och analysarbetet har flera problem kommit upp som inte direkt berör arbetets primära frågeställning. Genom att ge ett heltäckande gestaltningsprogram för entréplats Fulufjället så tillåts gestaltningen svara på de programpunkter som redovisats i tidigare kapitel. I kapitlet beskrivs och illustreras gestaltningsprogrammet genom texter, skisser, behandlade och icke behandlade bilder. Först ges en övergripande beskrivning av entréplatsen. Därefter följer en detaljerad beskrivning av de komponenter som finns i gestaltningsprogrammet.

ENTRÉOMRÅDET

Redan innan besökaren kliver ut ur sin bil på parkeringen möts denna av en siktlinje mot den befintliga nationalparksskylten som tronar upp sig i slutet av vägen upp mot området. Skyltens generösa storlek skapar en markering och en målpunkt som är svår att missa, även som förstagångsbesökare. Skylten skapar intresse och en dragningskraft upp mot den, en målpunkt. Det ger en första orientering av platsen, besökarna får direkt en anvisning om vart de ska gå efter att de har parkerat bilen.

På väg upp mot skylten passeras en mindre kulle på höger sida där besökaren finner en toalettbyggnad och nedanför den en sopsorteringsstation. Sopsorteringsbyggnaden ersätts med en ny som får fasadbeklädnad likt den på toalettbyggnaden (*figur 41*). Byggnaden har en visuellt skyddande låg vägg framför kärnen, för att dölja dem och med det skapas en mer visuellt tilltalande plats. För att orientera besökaren markeras toaletten och sopsorteringen med en låg vägvisare, typ HV 2. Här väljs en låg vägvisare för att den ska smälta in bättre i omgivande sceneri.

För att minska distraktion och antalet vägval föreslås att leden som har sitt avslut mot vägen upp mot nationalparksskylten får en ny dragning och viker av tidigare och ansluter direkt till naturumbyggnaden.

När besökaren kommer fram till nationalparksskylten orienteras denne vidare av en vägvisare, typ HV 1, som placeras i direkt anslutning till skylten. Vägvisaren har ett reducerat antal visare för att ytterligare förtydliga och förenkla besökarens valmöjligheter. Vägvisaren föreslås att endast peka ut *naturum* till vänster och *restaurangen* till höger. Under de snöfria årstiderna syns den befintliga markbeläggningen av sten som bidrar med en tydlig markering vart de två vägvalen går. Grusvägen som ansluter till vändplanen och har sin början vid skylten tas bort och ersätts av flyttad undervegetation. Det görs för att skapa orienterbarhet på platsen och minska ner antalet vägval för besökaren. För att denne medvetet ska ledas förbi naturumet eller till restaurangen, inte som tidigare kan gå direkt till lederna. Markvegetationen som föreslås att täcka den tidigare grusvägen hämtas från närliggande naturmark utanför nationalparken. Något som tidigare har gjorts på platsen, då entréområdet med naturumet byggdes och vid naturum Trollskogen

på Öland med lyckat resultat. Genom att flytta undervegetation till platsen skapas möjligheter för en snabb återetablering av vegetationen. Det gör inte bara att den långsamväxande vegetationen får en rivstart utan en redan etablerad vegetation har större möjligheter att klara av slitage. Naturmarken som flyttas görs genom att varsamt "skrapa" av undervegetationen inklusive rotmattan och placeras varsamt på den nya platsen som tidigare har preparerats med lämplig jordmån.



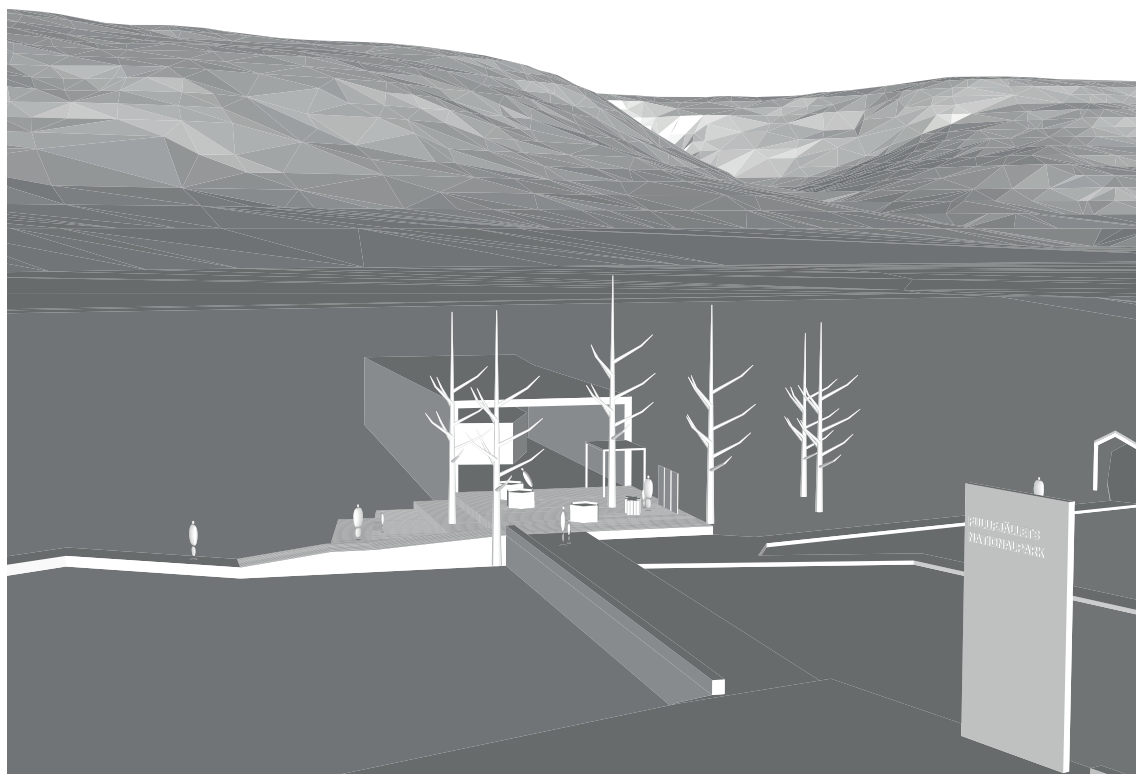
figur 41. Den nya sopsorteringsbyggnaden föreslås få samma fasad som befintlig toalettbyggnad.



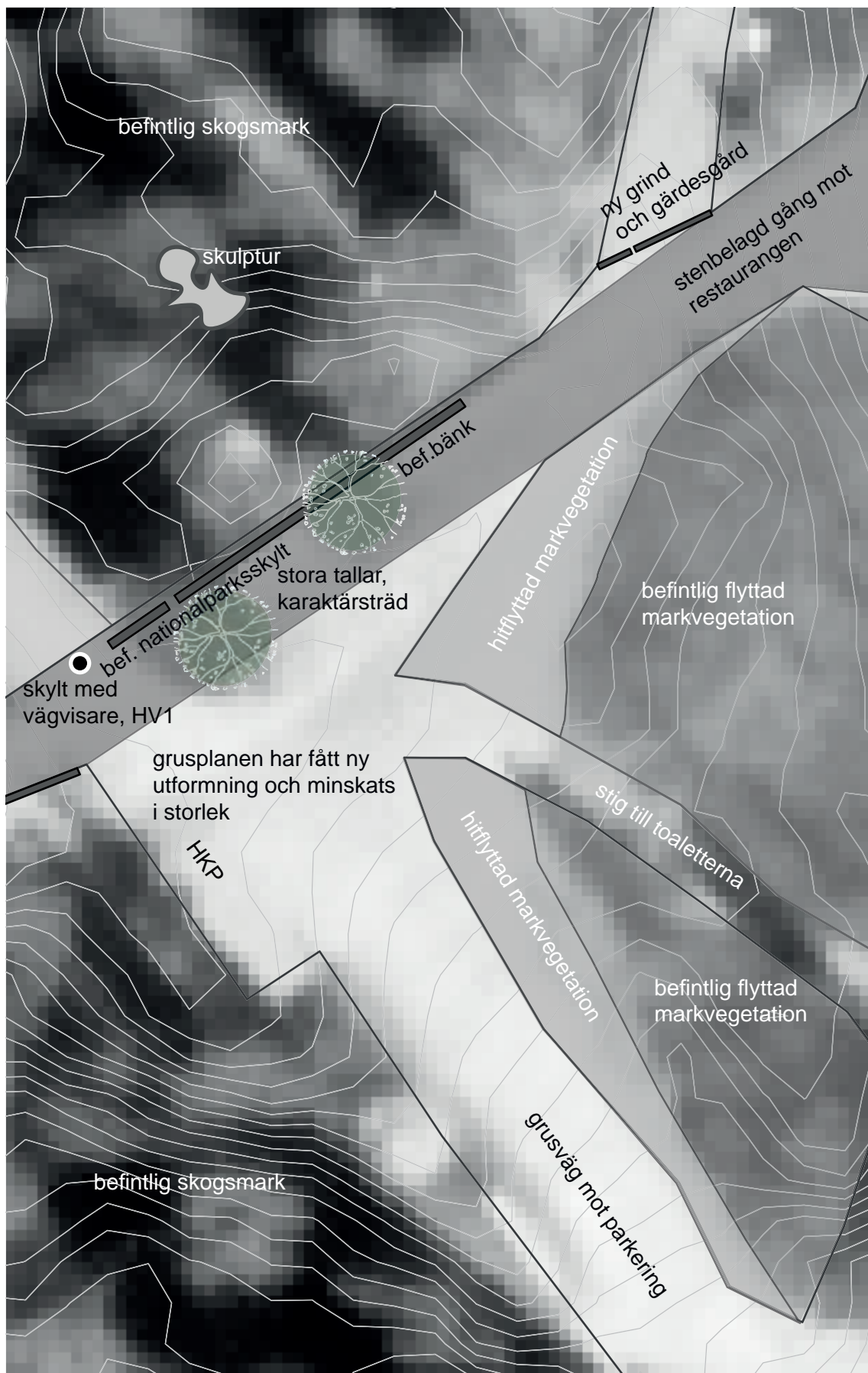
figur 42. Illustrationsplan. Skala 1:500/A3. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

Den tidigare öppna grusplanen framför skylten förminsas genom att utöka naturmarken med flyttad undervegetation till grusplanen och kullen med toalettbyggnaden. Tidigare kom besökaren upp till en tillsynes tom och svårorienterad plats, förslaget ger tydligare stråk mot två tydliga målpunkter, naturum och restaurangen.

Väljer besökaren att gå mot restaurangen möts hen av en utökad och väl tilltagen uteservering. Vägen in mot vändplatsen förses med en enklare grind vilken utgör en barriär som leder besökaren mot restaurangen. Grinden utformas som en gårdesgård för att smälta in bland övrig bebyggelse och med befintlig avgränsning kring restaurangbyggnaden. Den tidigare grillplatsen med tak tas bort. Grillplatsens funktion som rastplats flyttas till ny möblering som placeras i området. Undervegetationen utökas och täcker platsen för den borttagna grillplatsen. Personalparkeringen som inte ligger i direkt anslutning till uteserveringen tillåts vara kvar medans resterande parkeringsfunktionen flyttas till vändplanen.



figur 43. Vy från öster över entrétorget, gradängen och nationalparks skylten. Till höger ans portiken och fonden utgörs av Fulufjället.



figur 44. Plandetalj som visar grusplanens nya utformning, NP-skylden och tillförd markvegetation.
 Skala 1:250/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

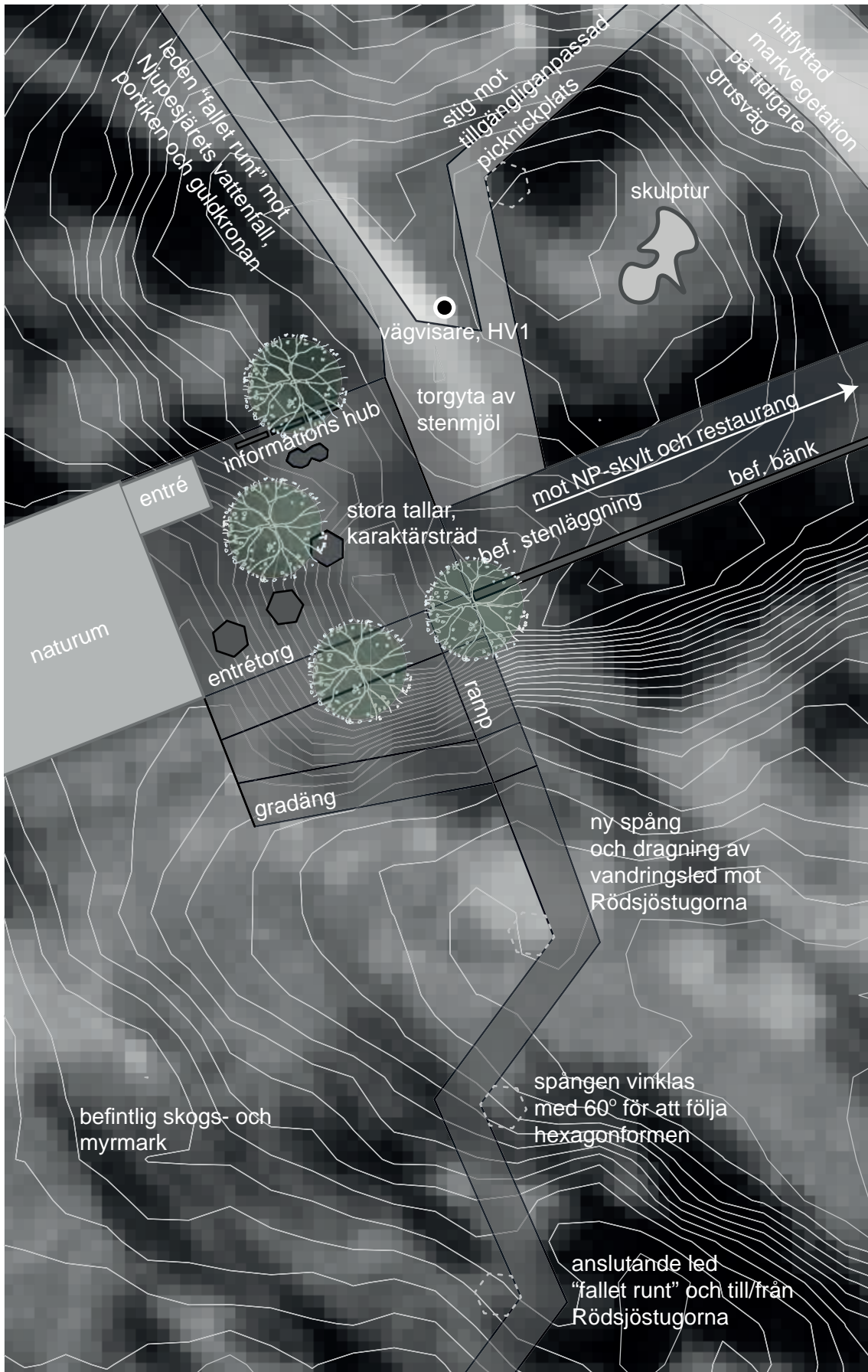
Väljer besökaren att gå till vänster vid nationalparksskylten, mot naturum möts denne av en entréplats i direkt anslutning till naturumbyggnaden. Den tidigare naturumskylten tas bort för att den inte svarar mot nationalparksprofilen. Vegetationen mellan nationalparksskylten och naturumbyggnaden föreslås trimmas kontinuerligt så att den kommer att domineras av markvegetation. Detta görs för att inte vegetationen ska skymma byggnaden och entréplatsen och försämra orienterbarheten på platsen. De stora uppvuxna karaktärsträden behålls för att ge känslan av ett skyddande tak. Träden bevaras också för att möjliggöra interaktion med de fåglar och ekorrar som utfodras och är bosatta kring dem. Interaktionen med djurlivet ger ett upplevelsevärde som är unikt för platsen.

Entréplatsens golv har gjorts större och utgörs som tidigare av tvärstående grova furuplank. Den innefattar även en gradäng som vetter mot sydost.

Entréplatsens fungerar som ett centralt torg där besökaren finner adekvat information för att ge ett besök med så högt upplevelsevärde som möjligt.



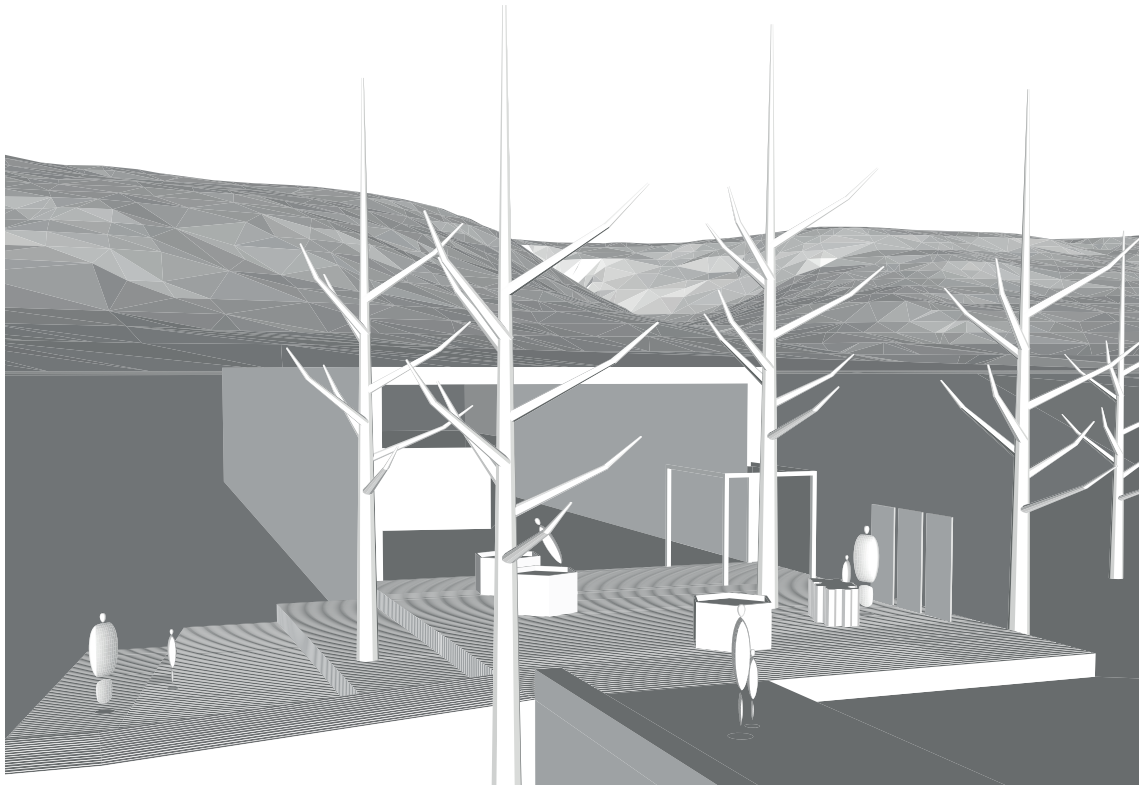
figur 45. Till vänster visas obehandlat furuvirke som fått åldras naturligt. Till höger visas torgets och gradängens furuplankors dimension och uttryck.



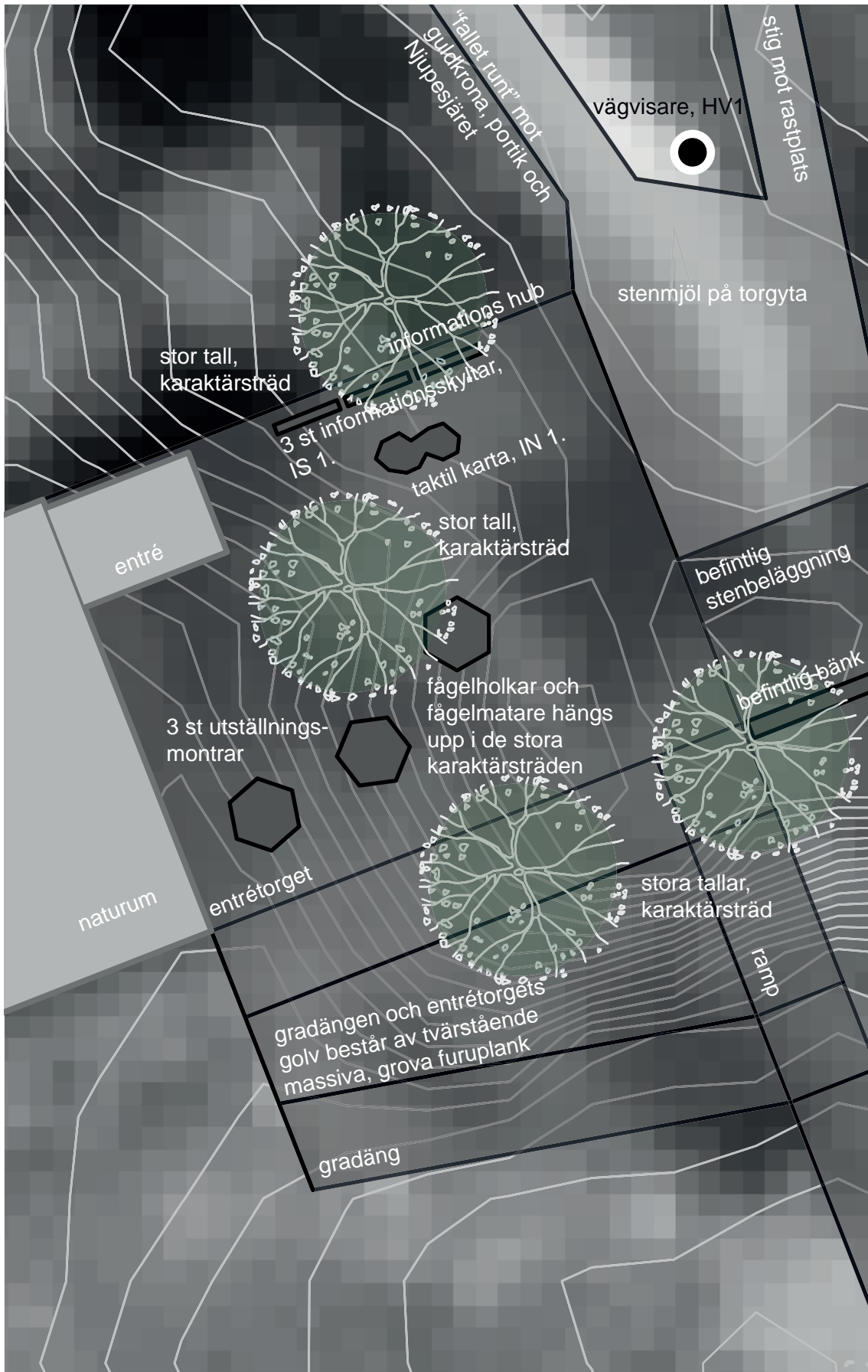
figur 46. Plandetalj. Skala 1:250/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

På torget placeras en informationshub som möbleras enligt föreskrifterna i Naturvårdsverkets komponentsamling (Naturvårdsverket 2013 s. 2) . Där placeras tre skyltar, av typ IS. 1 och en taktil karta, IN. 1, över nationalparken. Kartan utrustas med en ljudkälla som tillsammans med skyltarna beskriver och informerar om Fulufjällets nationalpark specifikt och om Sveriges övriga nationalparker generellt.

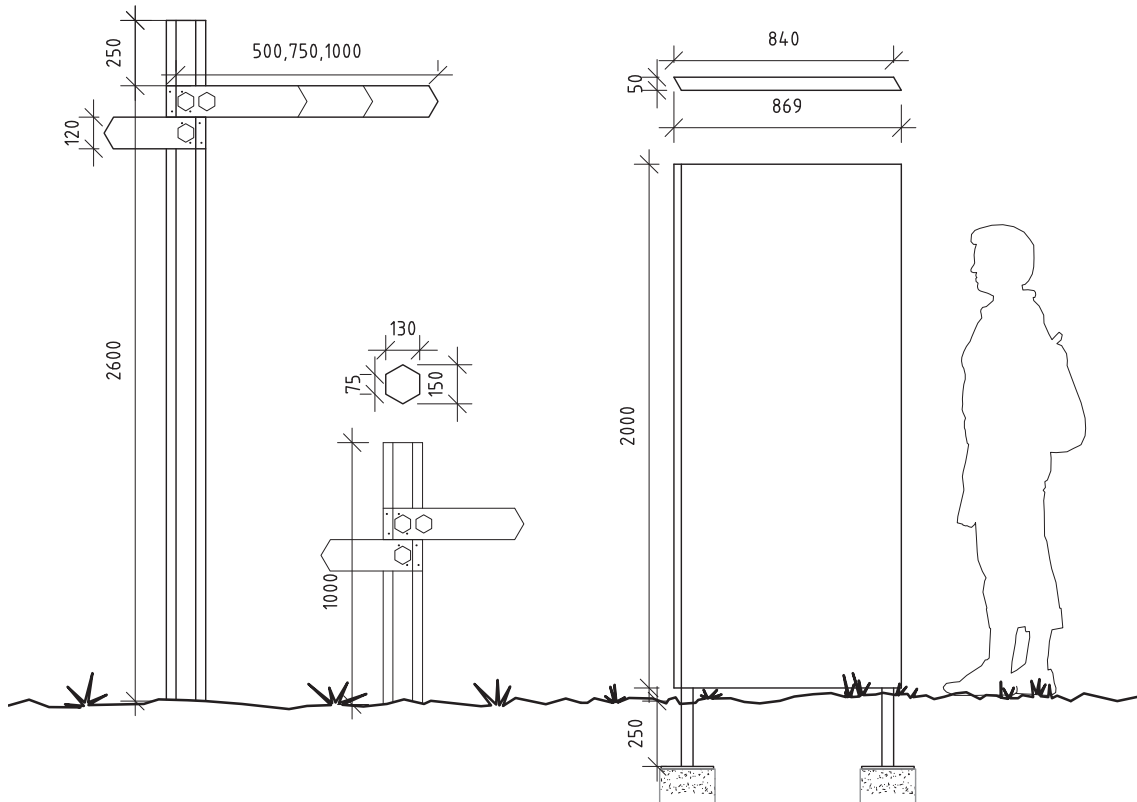
Informationshuben kompletteras med tre montrar på torget som låter den invändiga utställningen integreras med utemiljön. Tanken med utställningen i montrarna är att väcka intresse hos besökaren så hen tar sig in i naturumet och kan ta del av fördjupad information i utställningen. Montrarna främjar naturvägledning genom att användas i naturumets verksamhet, som vid till exempel gruppguidningar, muntliga framställningar och föredrag.



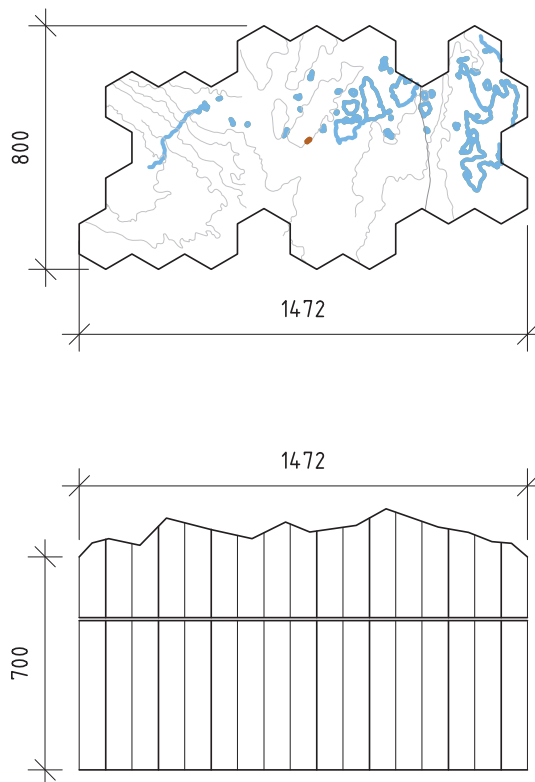
figur 47. Entrétorget med informationshuben. I fonden skymtar Njupeskar.



figur 48. Plandetalj som visar det nya entrétorget vid naturumbyggnaden.
 Skala 1:125/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet



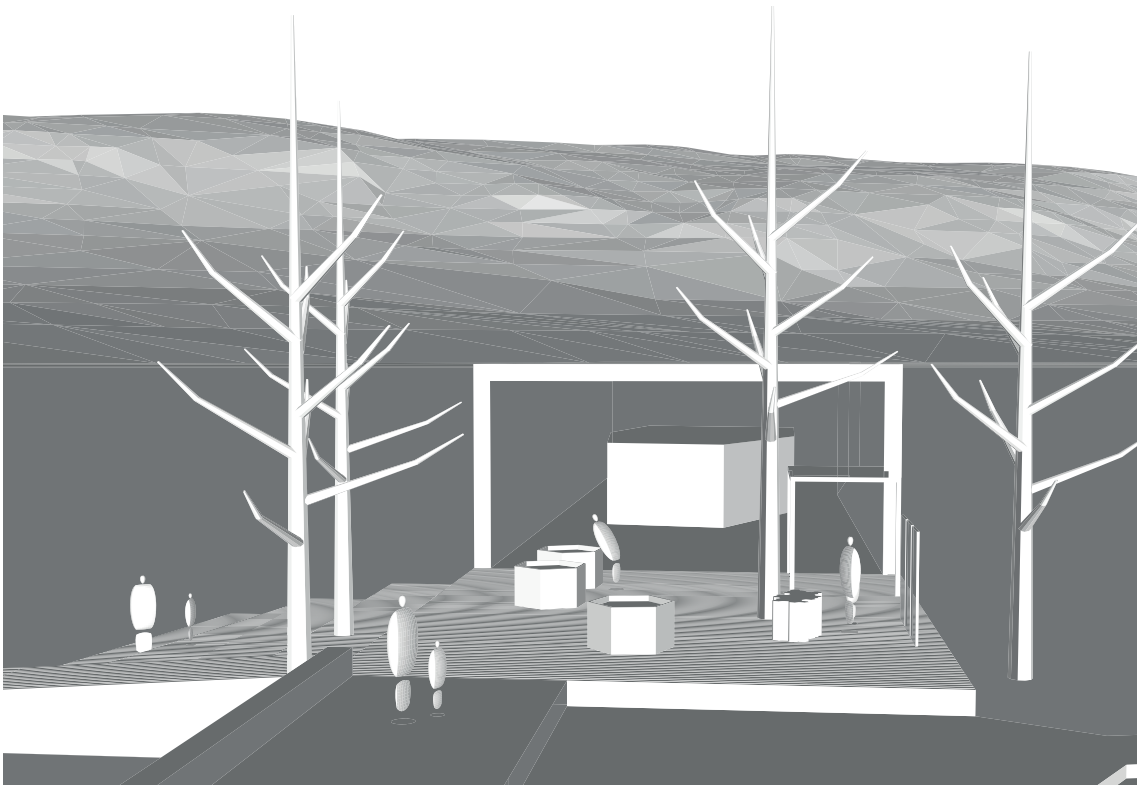
figur 49. HV.1, HV.2 och IS.1



figur 50. Förslag på en taktill karta över Fulufjället i plan och från sidan, typ IN.1.



figur 51. Entrétorget med montrar och informationshuben.



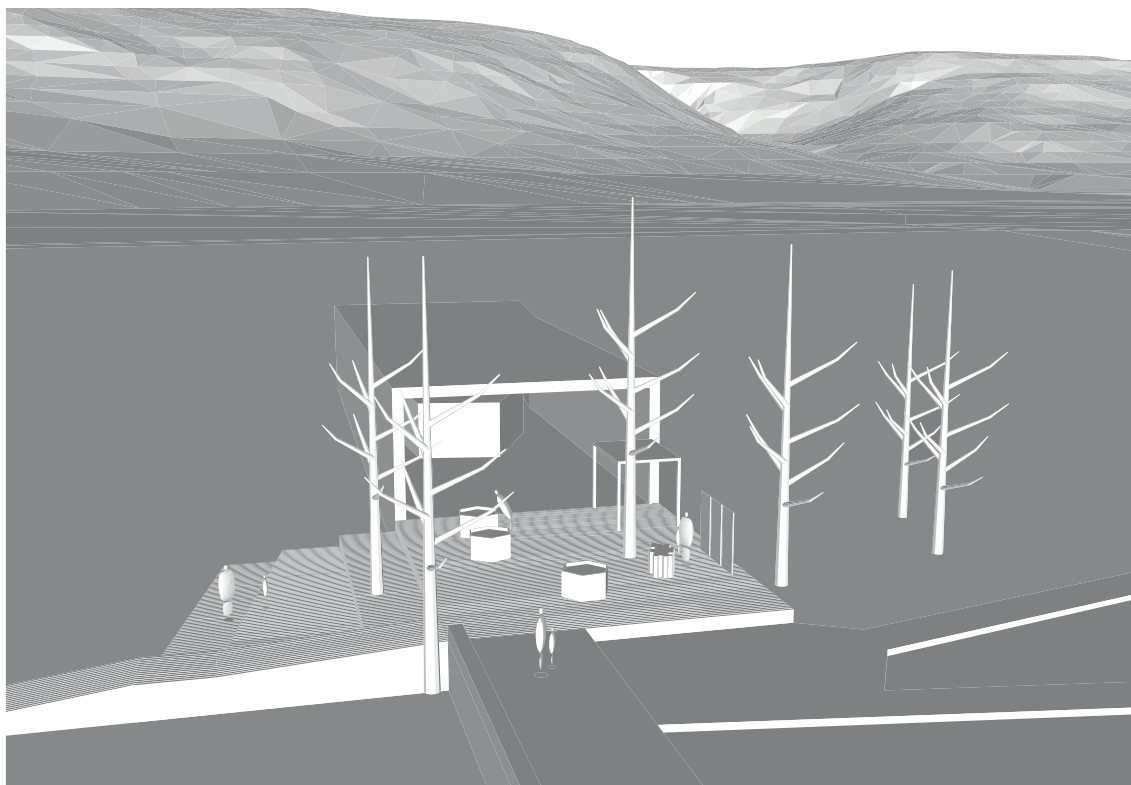
figur 52. Vy mot väster som visar entrétorget med informationshuben och naturumbyggnaden. I fonden sträcker sig Fulufjällets platåfjäll ut sig.

Från entrétorget, vid skyltarna och den taktila kartan, utgår leden mot Njupeskår, dess början är markerad med hjälp av stenhjul. Som utgör markmaterialet i första delen av ledens sträckning och kompletteras med en hög vägvisare, typ HV 1. Här valdes den höga vägvisaren för att den syns även när fler människor vistas på torget. Strax efter ledens start går en avtagsstig som annonseras av en låg vägvisare, typ HV 2. Stigen avslutas i en tillgänglig picknickplats med ett par takförsedda picknickbord och bänkar. Den nya picknickplatsen placeras där pga. av att den befintliga vägbanan kan användas och på så sätt minimera arealen av ditflyttad undervegetation.

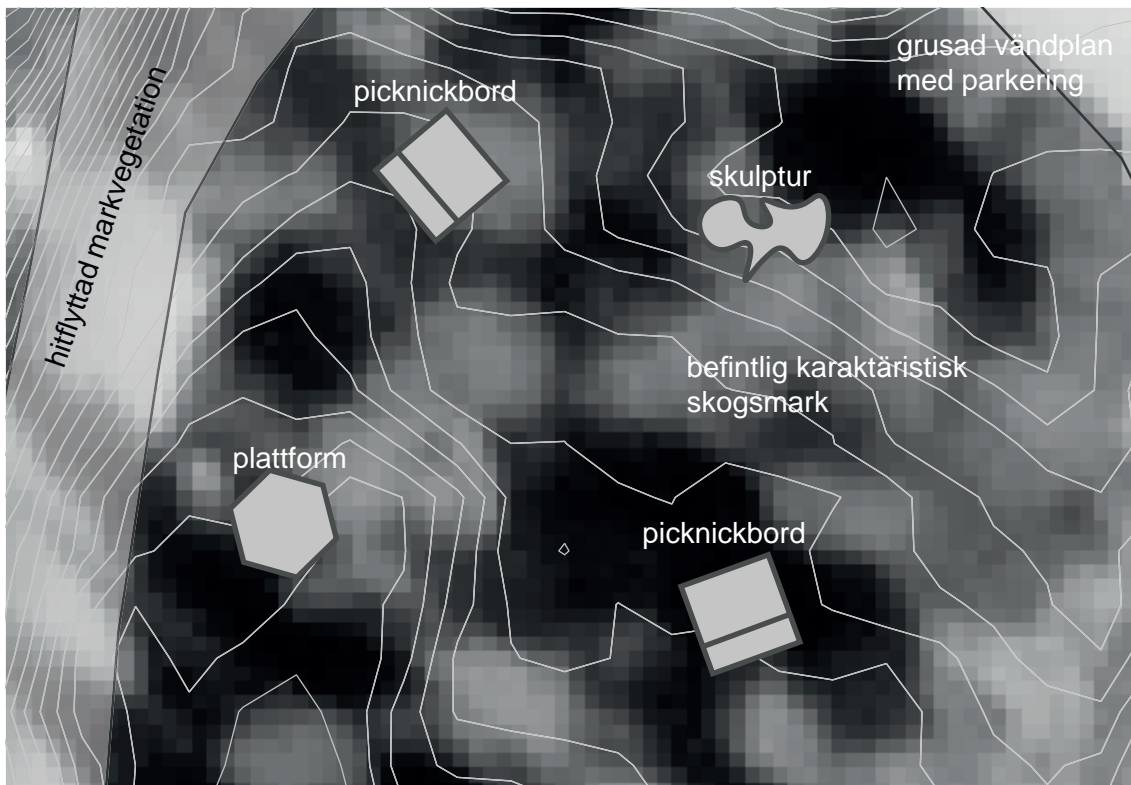
Grusvägen som går mellan nationalparksskylten och som ansluter till vändplanen föreslås att ersättas med ditflyttad undervegetation. Den tidigare dragningen försvårade rörelsemönstret på platsen och förvillade ofta iväg besökare på fel väg.

I skogspartiet kring picknickplatsen finns fler picknickbord, plattformar och utplacerade skulpturer. Hit dras inte några nya stigar utan

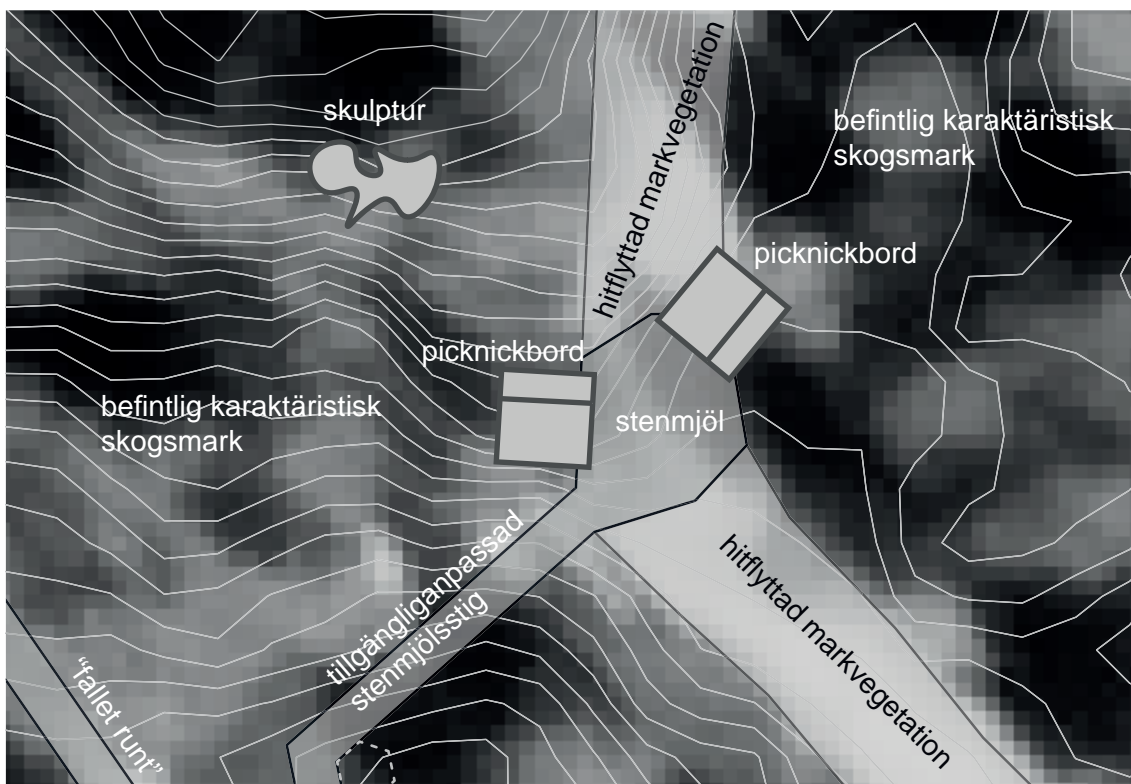
dragningen av de nya stigarna tillåts att skapas naturligt genom besökarnas fottramp och deras nyfikenhet att utforska sin närmiljö.



figur 53. Vy mot väster som visar entrétorget, gradängen och de anslutande lederna.



figur 54. Plandetalj som visar picknickbord, en plattform och skulpturer i skogspartiet vid nationalparksskylten. Skala 1:250/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

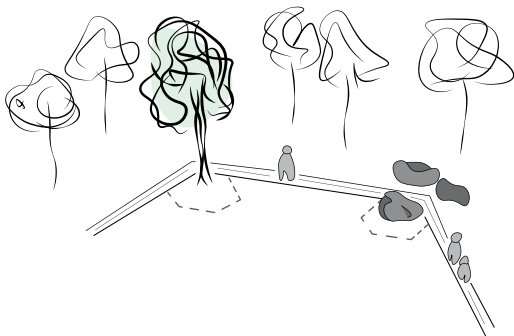


figur 55. Plandetalj som visar den nya tillgänglighetsanpassade stigen av stenmjöl till picknickborden. Skala 1:250/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

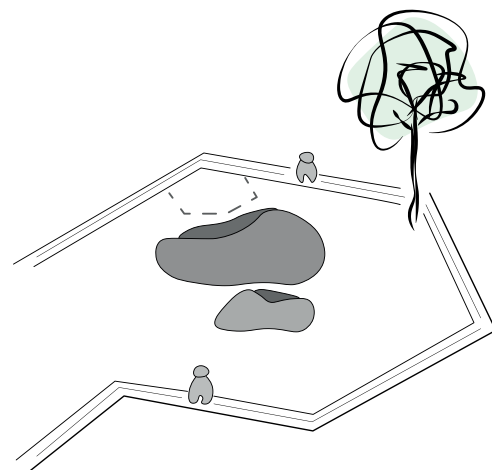
I direkt anslutning till det centrala torget sträcker sig en generöst tilltagen gradäng ut sig mot sydost som ger möjlighet för besökaren att sitta ner i ett soligt läge. Placeringen möjliggör även att besökaren kan avnjuta en magnifik utblick över Fulufjällets karaktäristiska platåfjäll och myrmarken som ligger i direkt anslutning till naturumbyggnaden. Gradängen fungerar även som en amfiteater där det ges möjlighet att samla åhörare inför exempelvis muntliga anföranden eller att grupper samlas här innan de går ut på lederna i nationalparken. Material och formspråk för gradängen, likväl torgets golv är inspirerat av den befintliga naturumbyggnaden. Byggnadens arkitektoniska kvaliteter genomsyrar gradängens och torgets arkitektur. Genom att fortsätta med och förstärka det befintliga formspråket på platsen förstärks dess individuella platsidentitet. Detta förstärks ytterligare genom att materialet utgörs av furu som är hämtat regionalt och bearbetas av lokala aktörer. Dessa attribut uppmärksammas inte av besökaren om det inte aktivt kommuniceras till besökaren, därför föreslås det att man avsätter plats i den fasta utställningen för att informera om platsen och dess tillagda element.

Intill gradängen finns en ramp som leder ner till leden mot Rödsjöstugorna. Rampen är också den avslutande delen av leden som kallas "Fallet runt". Som namnet antyder går leden förbi Njupeskar och

tillbaka till naturumet i en slinga. Den avslutande delen av leden dras om så att den ansluts direkt till torget, den nya dragningen utformas enligt föreskrifterna i *Sveriges nationalparker – designplattform* (Naturvårdsverket 2019d). Föreskrifterna förordar att spänger anläggs mellan fasta punkter i terrängen och att brytpunkterna knäcks med 60°. Knäckningen görs för att följa hexagonformen och nationalparksprofilen. Tanken med att dragningen görs mellan fasta punkter ger att besökaren alltid rör sig mot en fond, exempelvis ett träd eller en sten.



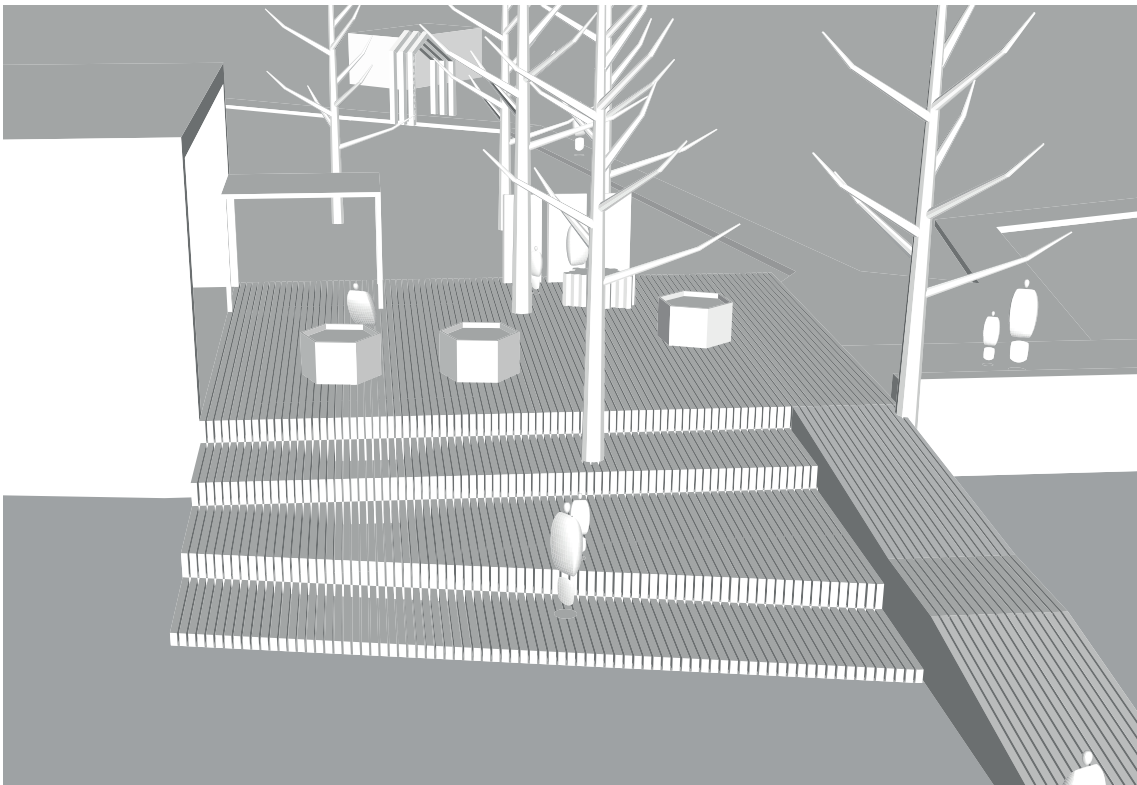
figur 56. Principskiss för spång mellan fasta punkter i terrängen. Vid rikttningsbyte knäcks spången 60°



figur 57. Principskiss för anläggning av spång vid attraktion.



figur 58. Gradängens och entrétorgets volymer. Gradängen, torget och rampen byggs av tvärstående furuplankor.



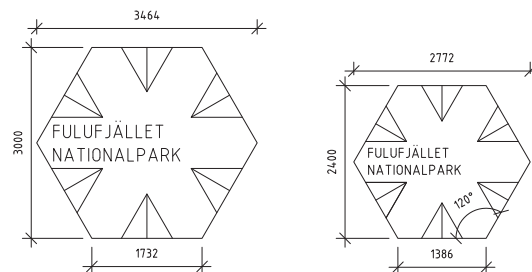
figur 59. Fågelperspektiv över gradängen och rampen ner mot vandringsleden.

GULDKRONAN

Guldkronan placeras längs leden mot Njupeskår, vilket gör att den passeras av majoriteten av nationalparkens besökare. Leden är tillgänglighetsanpassad fram till vindskyddet som ligger längre bort. Det gör att guldkronan inte utgör en sista målpunkt för personer med funktionsvariationer och upplevelsen av att kunna ta del av ett större område infinner sig. Platsen är också vald för sin öppna karaktär och för att platsen erbjuder vyer över ett stort område med flera olika karaktärer och naturtyper.

Enligt komponentmanualen (Naturvårdsverket 2013) ska guldkronan vinklas mot besökaren. Enligt mig gör denna snedställning att kronan får en framsida och en baksida vilket ger en riktning mot det som är bakom kronan. Det gör att det är viktigt hur den vrids för att kunna skapa en tilltalande fond bakom kronan. Den aktuella platsen har valts för att de karaktäristiska branta fjällkanterna på platåfjället och Njupeskår skapar en tilltalande fond. På så sätt kan guldkronan

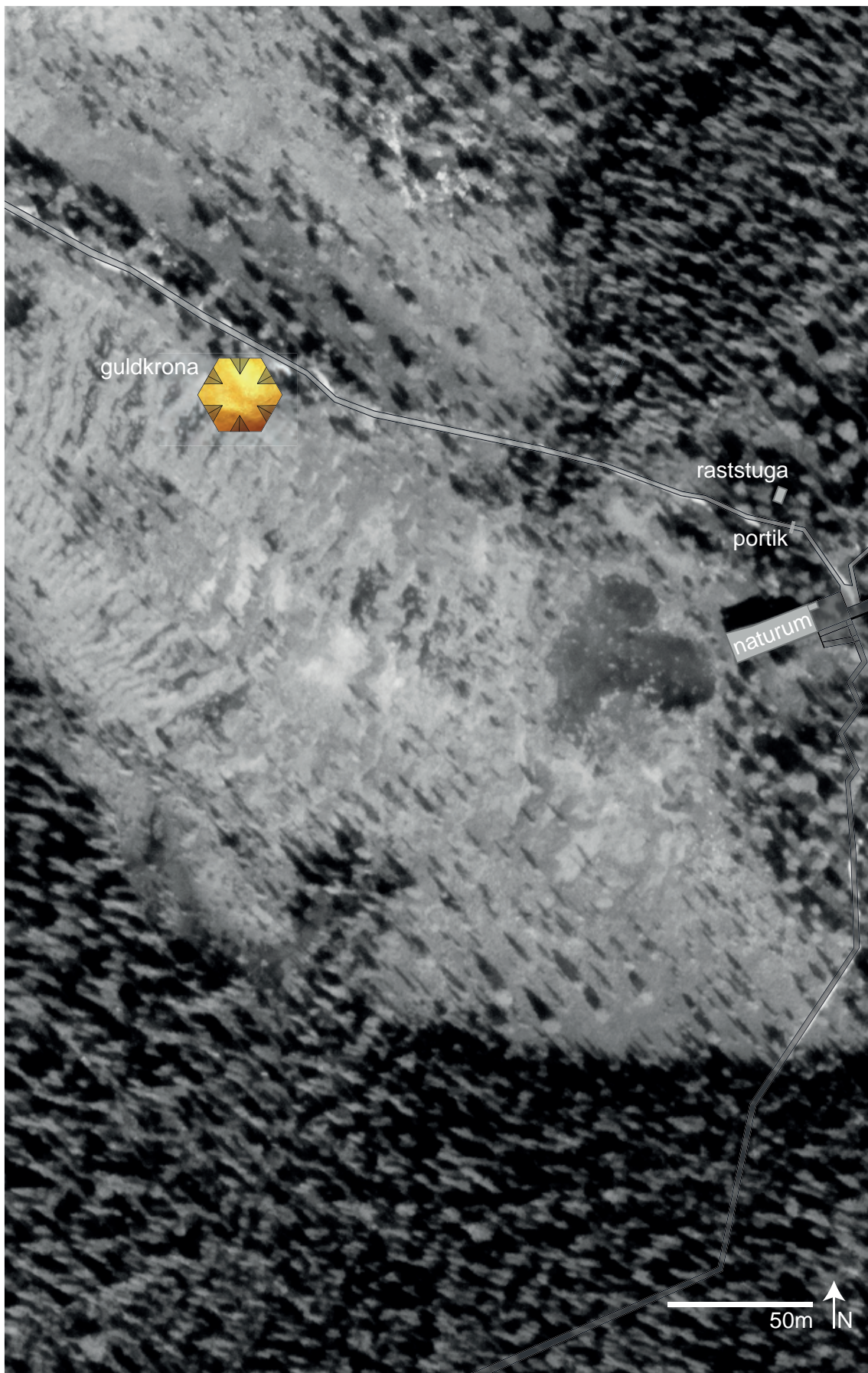
framhäva nationalparkens typiska natur och förhöjer med det den individuella platsidentiteten.



figur 60. Guldkronana två olika storlekar och mått.



figur 61. Föreslagen placering för Guldkronan. I bakgrunden syns Njupeskår.



figur 62. Guldkronans placering längs vandringsleden "fallet runt" mot Njupeskår.
Skala 1:2000/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet

KOMPONENTER

Inom projektet togs förslag på produkter, *komponenter*, fram. Komponenternas uppgift är att svara på problem eller behov, att tillföra en funktion eller att stärka den individuella eller gemenskapen mellan nationalparkerna. Genom att alla komponenters formspråk är inspirerade av och följer nationalparksprofilen kan komponenterna användas i alla nationalparker och i och med det skapa en gemenskap mellan platserna.

INSEKTSHOTELL – FÅGELHOLKAR

I dag finns det fågelmatare, insekts hotell och holkar uppsatta kring entréplatsen, de är av olika karaktär och kvalitet vilket ger ett rörligt och oprofessionellt intryck. En enhetlig design ger ett mer professionellt intryck av platsen och dess verksamhet.

Formen är direkt hämtad från nationalparksprofilens hexagon och dess 60° vinklar. Funktionen och formen har även utvecklats med stöd i fakta om vad insekter har för behov och önskemål för sina bohålor.

Insekts hotellen och holkarna ska främja naturvägledning och som kan tillföra upplevelsevärden för besökarna. Detta kan i sin tur skapa minnen för besökaren, vilket i förlängningen gör att det kommuniceras kring parken vilket bygger upp en individuell identitet kring parken.

Insekts hotellen är anpassade för att kunna sättas upp i nationalparker i hela Sverige men naturvägledningens innehåll anpassas till varje unik park och dess förutsättningar. Min utgångspunkt har varit specifikt bin och deras behov då vi lever i en tid då antalet bin minskar och är i stort behov av hjälp med bland annat bohålor. Jag inser att sätta upp insekts hotell vid naturum inte per sig påverkar detta nämnvärt men det ger en möjlighet att informera och berätta om insekter och deras behov för besökare.

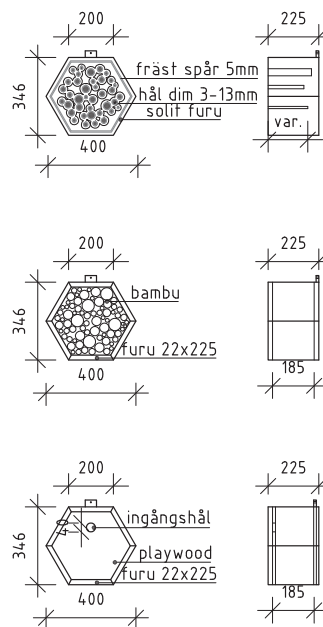
Enligt Göteborgs botaniska trädgård bör ett insekts hotell lämpad för bin ha ett djup på minst 10-15 cm (Göteborgs Botaniska trädgård 2019). Enligt Naturhistoriska riksmuseet, som ger utöver ett generellt intervall för håldiameter på 3–13 mm, även specificerar håldiameter för våra vanligaste bi arter (*figur 63*) (Naturhistoriska riksmuseet 2013). För att kunna passa så många arter som möjligt varierar därför håldimensionen

i insekts hotellet.

För att möta behovet av att kunna tillverka produkterna som en del av naturumens verksamhet gjordes två varianter av insekts hotell, en i massiv furu och en som byggs av standardvirke och bambupinnar. Den senare kan användas i utbildningssyfte i verksamheten medan den i massivt trä är mer lämpad att produceras på ett snickeri. Insekts hotellen som produceras på snickeri målas för att skapa ett mervärde och för att det skall få ett väderskydd.

Citronbin (Hylaeus)	3-6
Ullbin (Anthidium)	8-12
Väggbin (Heriades)	6-10
Blomsovarbin (Chelostoma)	4-11
Murarbin (Osmia)	5-12
Murarbin (Hoplitis)	5-10
Tapetserarbin (Megachile)	8-13
Pälsbin (Anthophora)	8-12
Mindre träbi (Ceratina)	5-10

figur 63.



figur 64. Princip över insekts hotell.

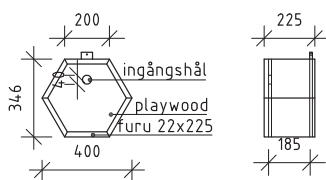


figur 65. Insektshotell och fågelholkar placeras i nationalparken.

Fågellivet i Fulufjällets nationalpark utgör en av de unika upplevelserna på platsen. I parken finns många olika arter. Sedan några år tillbaka häckar ett jaktfalkspar i Njupeskar. Jaktfalken är en ovanlig fågel och att den häckar i parken gör att de bidrar till en unik upplevelse. Genom att sätta upp fågelholkar i parken lyfts fågellivet fram och påminner besökaren om de unika värden som finns i parken. Holkarna kan även bidra till att väcka intresse för fåglar, vilket kan ge möjlighet för naturvägledning.

Fågelholkens ingångshål kan varieras och anpassas för de aktuella fågelarterna i varje nationalpark och naturum där de sätts upp. Holkarnas framsida går lätt att ta bort för att underlätta rensning av holkarna. Holkarna görs i furuvirke och materialet utgår från standardmått på virke, 22 x 225 mm. Detta för att kunna enkelt köpa in material för att sedan kunna producera holkar tillsammans med besökare. Aktiviteten möjliggör att samtidigt kunna informera kring fåglarnas habitat och levnadsätt. På så sätt är detta inte bara en produkt utan även en del av naturvägledningsarbetet som är en del av naturums och nationalparkernas verksamhet. Genom att aktivt informera kring parkens fåglar skapas ett minne för besökaren som förhoppningsvis kommuniceras vidare och öppnar upp för att skapa individuell platsidentitet för Fulufjället.

Om holkarna och insektshotellen målas kan alla av nationalparksprofilens kulörer vara aktuella. Placeras holkarna och insektshotellen fritt i naturmark kan de med fördel målas i mer framträdande kulörer, för att på så sätt skapa en aha-upplevelse och ett upplevelsevärde för besökaren.



figur 66. Princip för fågelholken.

SKULPTURER

I Fulufjällets nationalpark finns en mängd olika upplevelsevärden som besökaren kan ta del av, allt från vackra scenerier till spännande interaktion med parkens djurliv. Enligt min, personalens och besökares mening är ett av nationalparkens viktigaste upplevelsevärde den direktkontakt med nationalparkens djurliv som besökaren kan få. Bland annat i form av att besökaren kan mata lavskrikor direkt ur handen och att rödräven Mickla kommer på återkommande kvällsbesök. Dessa aktiviteter ger möjlighet att väcka intresse och informera kring djuren, för att förstärka detta placerar djur- och växtskulpturer ut i parken kring naturumet. De kan dels användas i utbildningssyfte och utgör även en sekundär klätterlek för både stora och små. Djuren och växterna gestaltas i en skala som är kraftigt överdriven och är anpassad för att barn och vuxna ska kunna interagera med dem, genom att utforska dem taktilt. Det är viktigt att skulpturerna efterliknar verkligheten i så stor utsträckning som möjligt, utöver skalan. Detta för att besökaren ska kunna relatera och kunna känna igen dem om de stöter på dem i parken under deras besök.

För Fulufjällets nationalpark föreslås att göra skulpturer av *lavskrika*, *jaktfalk* och *rödräv* pga. deras speciella koppling till platsen. Att välja vad som ska visas av växtlivet är lite svårare då det finns exempelvis ca 395 olika mossarter och 421 olika lavar på Fulufjället (2002:162,168) att välja bland. Dock kan ett alternativ vara varglaven som har en färg som är iögonfallande och dessutom är lik nationalparksprofilens klargula kulör, *gylling*. Växtriket kan vara blommor, bär, svampar och andra fruktkroppar som återfinns i parken.

Skulpturerna kan göras i flera olika material, vissa kan gjutas i lämplig metall andra kan sågas ut i trä. Görs de i trä kan de med fördel göras av fallna och döda trädstammar från zon IV, för att minska på transporter.



figur 67. Skulptur av en lavskrika placeras i naturmarken kring naturumet.



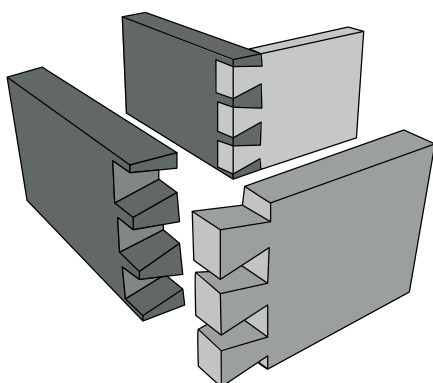
figur 68. Rödräven Mickla och en lavskrika. ©Olof Olterman Arvidsson 2020.03.21

PORTIK – EN PORT IN I NATUREN

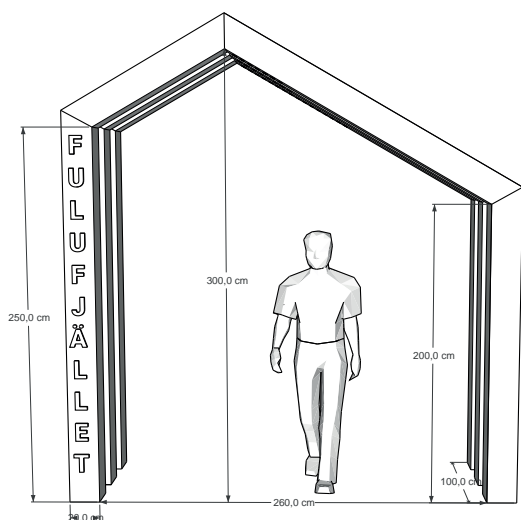
Portikens primära funktion är att tydligt markera starten på leden "Fallet runt". Placeringen har också valts för att portalen ska vara nära naturumet så att den syns från torget och blir en målpunkt som lockar besökaren ut på leden och åt rätt håll. Vidare har det varit viktigt att portalen ska rama in en vacker utblick som är karaktäristisk för nationalparken. Därför är portalen riktad upp mot Njupeskärs vattenfall, som en målpunkt längre fram.

Portikens form är sprungen ur nationalparksprofilens 60° och Norges nasjonalparker symbol. Fulufjället ligger delvis i Norge vilket har föranlett mig att välja att inspireras av deras symbol. Norges motsvarighet är också tänkt att rama in vackra vyer och utgöra en målpunkt i parkerna, som en port in i naturen.

Portiken består av tre fristående enheter där varje enhet symboliserar en av Sveriges nationalparker ledord; *naturupplevelser, kvalitet* och *kunskap* (Naturvårdsverket 2020b). De



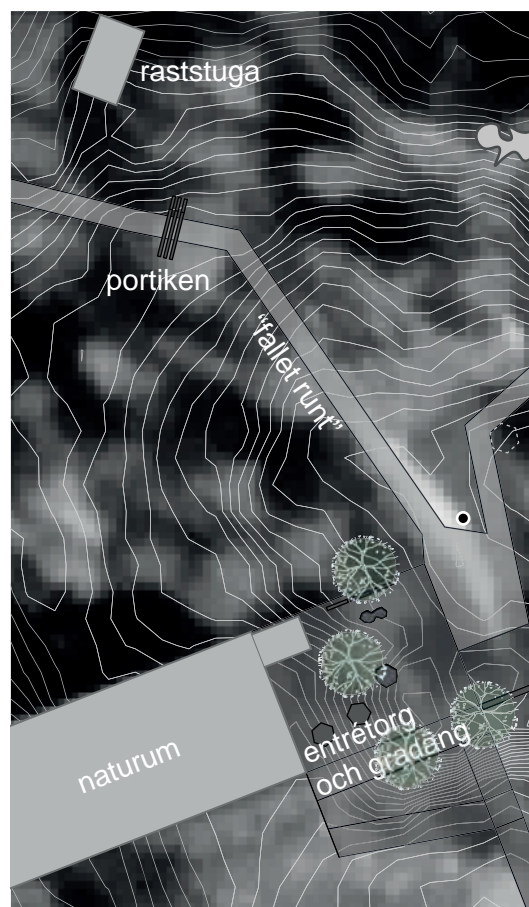
figur 69. Öppen sinkning med laxstjärt.



figur 70. Portikens mått.

snedställda balkarna följer nationalparksprofilens 60° och dess kantiga uttryck är blinkning till naturumbyggnadens strama arkitektur. Furu är ett material som återfinns i stort sett över hela landet och kan på så sätt användas i alla våra nationalparker. Portiken byggs av sågade massiva furubalkar som sinkas ihop med så kallad *öppen sinkning med laxstjärt*. Sammanfogningen ska dels visa en traditionell byggteknik som använts flitigt genom åren i Sverige, dels att minimera användandet av skruv och spik för att minska miljöbelastningen.

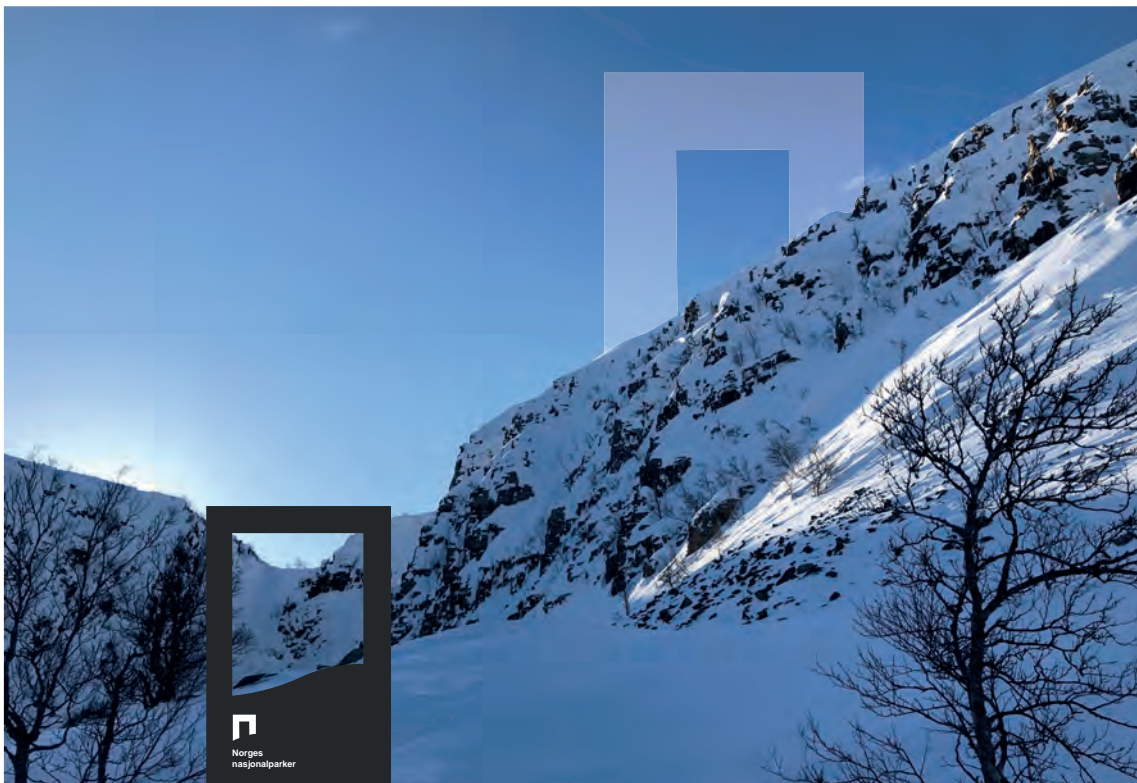
Primärt är det tänkt att portiken ska kunna användas i alla nationalparker i Sverige och utgöra en del av gemenskapen mellan parkerna. En insikt under arbetet är att det skulle vara möjligt att låta varje nationalpark utforma sin egen portik, för att öka den individuella platsidentiteten. Genom att Guldkronan placeras ut i parkerna så skulle parkunika portiker kunna vara ett sätt att understryka den individuella identiteten utan att påverka gemenskapen mellan nationalparkerna.



figur 71. Portikens placering. Skala 1:500/A4. Bearbetat ortofoto ©Lantmäteriet



figur 72. Portiken och dess placering.



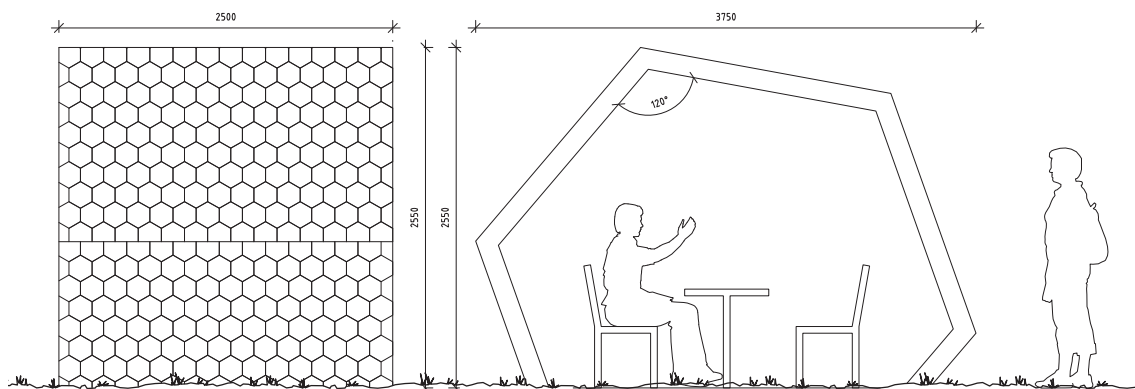
figur 73. Kollage som visar Norges nasjonalparker portik og logotyp. Bearbetad bild på Njupeskärets vattenfall.

PICKNICK

Picknickplatserna utgörs av bord och bänkar med ett väderskyddande tak vars form utgår från nationalparksprofilens hexagon. Taket gör att de kan användas större delen av året. Väderskydden placeras utspritt i naturmarken kring naturumet och kan med fördel även placeras ute i parken och längs lederna. Genom att placera väderskydden ute i parken på platser som på något sätt framhäver parkens unika karaktärer eller platser som har typiska element för parken. Om det dessutom informeras kring den aktuella platsen genom skyltar som integreras med bordsskivan förstärks kunskapen om parken och med det ökar chansen till att stärka den individuella platsidentitet.

Formen är direkt hämtad från nationalparksprofilens hexagon och har snedställts för att skapa ett sluttande tak vilket är byggnadstekniskt bättre. Byggnaden ger en illusion av att den är försänkt i marken. Byggnaden monteras så att taknocken är vågrät och anpassas efter rådande markförhållanden så den skapar illusionen av att "stiga" upp ur marken. Anpassningen mot marken gör även att byggnaden upplevs platsanpassad. Genom att väderskydden monteras vågrätt förstärks uttrycket av de vinklade väggarna och kopplingen till nationalparksprofilen blir tydligare. Väderskydden byggs av furuvirke i standardmått och möblerna byggs av profiler av svartlackade

stålprofiler (50 x 50 mm) med överdel av hyvlat massivt furuplank (28 x 145 mm). Väderskydden kan även målas i någon av nationalparksprofilens utvalda kulörer om tanken är att framhäva dem när de placeras fritt i naturmarker.



figur 74. Väderskyddets mått.



figur 75. Picknickbord med väderskydd i naturmark.



figur 76. Obehandlat furuvirke som fått åldras naturligt.



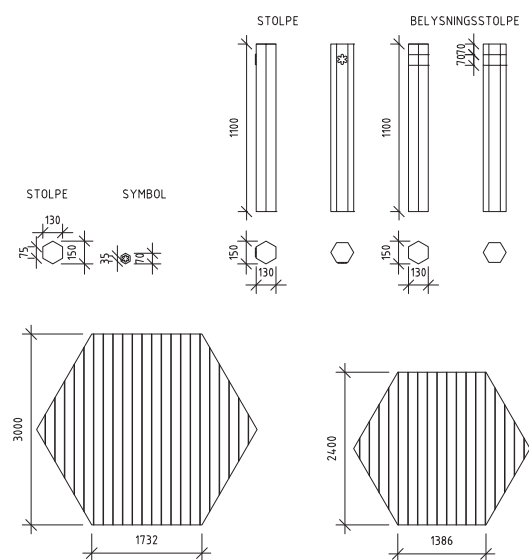
figur 77. Väggspanelens hexagonform. Panelen monteras överlappande, likt fjällpanel.

PLATTFORMAR

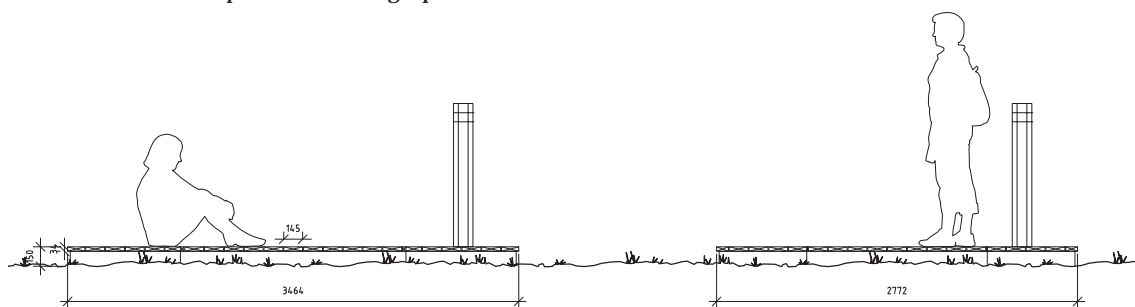
Inspiration till plattformarnas funktion är hämtade från Blank Arkitekters *Filt* (Blank Arkitekter AB) som är en rektangulär plattform med slitagetällig yta. Som är tänkt att användas i urban parkmiljö där besökaren kan slå sig ner och ha picknick, grillkväll, sola eller umgås. Likt *Filt* är nationalparksplattformen en generös och mångfunktionell yta för sociala aktiviteter. Formen till plattformen har inspirerats av nationalparkernas gemensamma profil, vilket har gett den karakteristiska hexagonformen. Hexagonens form ger en inbjudande plattform som saknar "baksida" då plattformen saknar vassa hörn och kan beträdas från sex olika sidor. Det ger en tilltalande gemensamhetsyta som kan inhysa flertalet olika aktiviteter, så som lek, picknick och socialt häng. Plattformen görs i två storlekar för att möta olika platsers behov och förutsättningar. Plattformen utrustas, då det är praktiskt möjligt, med en stolpe med integrerad belysning som ger ett inbjudande sken under de mörkare delarna av dygnet. Likt väderskydden kan plattformen också utrustas med information om platsen både i form av en mindre skylt eller en ljudkälla med inspelad information. För att på så sätt kunna kommunicera kring parken och dess upplevelser för att i förlängningen skapa en identitet till platsen. När skylt monterats på plattformen förordas typen IL 5. då den är låg och är mer anpassad för plattformens låga och diskreta profil där endast belysningsstolpen bidrar med en vertikal linje i formspråket. Plattformarna placeras kring entréplatsen och fungerar där som ett komplement till picknickborden som platser att hänga eller äta sin matsäck på.

Under ett möte (19/3 2020) med representanter från centrum för naturvägledning och länsstyrelsen Dalarna, lyftes frågan om hur man kan aktivera ungdomar och väcka deras intresse för naturen och att de behöver platser att hänga på. Platser

som inte alla känner till och som kan kännas lite mer privata. Plattformen kan placeras ut på platser med olika upplevelsevärden exempelvis platser med vackra vyer, olika naturtyper, biotoper osv. Plattformen kan markera platser som besökarna kan göra till sina små smultronställen. För att få de ännu mer privata så görs en interaktiv digitalkarta som visar var de finns, för att det ska vara lätt att hitta dit men svårare att veta att de finns. Genom att alla kanske inte ges möjlighet att hitta dem gör dem exklusiva och skapar i och med det ett mervärde för besökaren. Beslut om exakt var de ska placeras i parken bör föregås av dialog och diskussion med personal på plats.



figur 78. Belysningsstolpens, markeringstolpens och plattformarnas mått.



figur 79. Plattformernas mått.



figur 80. Plattformen i skogen.



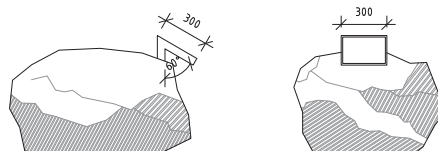
figur 81. Plattformen på plattåfjellet.

SARG

Genom att rama in utvalda platser med en sarg underlättas samling av grupper vid guidning och de blir tydliga målpunkter och ger en tydlig fysisk ram som guiderna kan forma sin information kring.

Idén till att rama in naturen som i en monter kommer från när jag själv varit på guidningar där jag ibland haft svårt att få grepp om vad det är jag ska titta på eller upptäcka. Om det man ska titta på tydligt ramas in så är det lättare för besökaren att förstå vad guiden vill förmedla. Ramen kanaliserar besökaren och med det förebyggs även slitage, vilket blir ett ökande problem när fler tar sig ut och besöker våra naturmarker. Sargen kan med fördel utrustas med skyltar av typen IL 5. med information kring den aktuella naturtypen eller annat som man vill visa. Ramen tillsammans med skyltarna gör det också lättare att hänvisa besökare till specifika platser och informera kring dessa, utan guide, så att besökaren själv kan ta del av informationen och utforska platsen.

Tanken är att rama in både befintliga naturtyper och ditflyttade naturtyper. Genom att flytta vegetation ges det möjlighet att visa flora och i viss mån fauna som finns i parken men kanske inte på den aktuella platsen.



figur 82. Skylt IL 5. monterad på en sten.



figur 83. Sargen och ett förslag på placering.



figur 84. Sargen och ett placeringsförslag.



figur 85. Vy över Fulufjällets fjällplata i vinterskrud. 2020.02.14

DISKUSSION

I kapitlet diskuteras projektet och hur det svarar på frågeställningen, Hur kan individuell platsidentitet och gemenskap med övriga nationalparker skapas samtidig på Fulufjällets nationalparks entréplats med nationalparksprofilen som grund. Kapitlet är uppdelat i fyra rubriker, individuell platsidentitet och gemenskapen, orienterbar entréplats, kvalitet och platsbesök och framtiden – nästa steg.

INDIVIDUELL PLATSIDENTITET OCH GEMENSKAP

Undersökningen visar att platsidentitet skapas genom att analysera och inventera platsen noga för att kunna lyfta de unika värden som platsen har.

Montgomery (1998) anser att platsidentitet består av tre delar: fysisk miljö, aktivitet och betydelse. Undersökningen visar att fokus bör ligga på olika delar för att skapa individuell identitet kontra gemenskap. För att skapa gemenskap mellan platser så behöver fokus ligga mer på den fysiska miljön, dvs att de element som tillförs på platsen behöver ha ett igenkännbart formspråk mellan de platser som man vill knyta samman. De behöver skapa en gemenskap, vilket jag anser att profilen gör. Vidare behöver de aktiviteter, och som här, skyddsvärdet av platserna inte vara likadana, men det är en fördel om de har en gemensam agenda och värdegrund för att ytterligare förstärka gemenskapen.

Den individuella platsidentiteten kan däremot skapas och förstärkas av de unika värden som respektive plats har, som här de aktiviteter man gör på platsen och de skyddsvärden som respektive nationalpark har. Dessa delar bör utvecklas och göras platsspecifika för att stärka platsens individuella identitet. Genom att stärka naturvägledningen och vad som kommuniceras kring platsen, exempelvis genom att informera om de unika upplevelsevärden som finns på platsen. Detta kan göras både genom obemannad och bemannad naturvägledning. Den fysiska miljön är inte lika viktig men man kan och bör använda gestaltningen av den fysiska miljön till att skapa unik formgivning på platsen. Detta stärker då den individuella platsidentiteten.

Det faktum att identitet skapas genom kommunikation mellan människor gör, enligt mig, att man bör inkludera även berättelsen om platsen som ett medium för att skapa individuell platsidentitet. Genom att berätta om och aktivt skapa minnen genom berättelser synliggörs de unika värden som platsen erbjuder, vilket är en central del i platsskapande. Jag anser att det är berättelserna och kunskapen om platsen som är den främsta källan till att skapa platsens unika identitet och som är nyckeln till att skapa individuell platsidentitet. Därför är de nya komponenterna i förslaget viktiga för att skapa individuell platsidentitet men de

måste fyllas med information och berättelser om den plats de placeras på. Komponenterna i sig kan implementeras i vilken nationalpark som helst men kommer då bara att förstärka gemenskapen mellan dem, de måste således bestyckas med platsinformation och individuella berättelser för att de ska bidra till den individuella platsidentiteten.

I denna undersökning blev naturumbyggnaden en viktig inspirationskälla för att skapa individuell platsidentitet. De byggda elementens, så som gradängen och entrétorget, formspråk har inspirerats av byggnaden. Vidare bidrar det lokalförankrade markmaterialet till att skapa individuell platsidentitet.

Vidare menar jag att gemenskapen mellan nationalparkerna kan stärkas genom att skapa starka individuella platsidentiteter. Det kan tyckas vara kontraproduktivt men genom att använda gemensamma komponenter på alla platser. Med olika innehåll så skapas en igenkänning mellan platserna och de besökare som besöker olika nationalparker känner lättare igen sig och har med det större möjligheter att ta del av den naturvägledning som finns på platsen. Vilket i sin tur främjar den individuella platsidentiteten.

Under gestaltningsprocessen stod det klart för mig att för att skapa individuell platsidentitet och samtidigt främja gemenskapen behöver gestaltningen framhäva den ofta väl gestaltade och kraftigt individualistiska arkitektur som byggnaderna utgör. Tack vare att naturumen, i de flesta fallen, inhyses i karaktärsbyggnader så skapas en specifik identitet till platsen. Detta bör användas i gestaltningen av de komponenter och utemiljöer som omger entréplatserna.

Enligt Grillner (2000:254) påverkas vår upplevelse av en plats av minnen och preferenser som vi tidigare har samlat på oss. Minnesbilder och känslor som påverkar besökarens uppfattning av Fulufjället men även när denne besöker andra nationalparker. Jag anser att interaktionen med djuren bidrar till upplevelsen av platsen genom att det är en del av besökarens minnesbild och således skapas en platsidentitet. Skulpturer i gestaltningsprogrammet är ett sätt att påverka besökarens upplevelser och minnesbild av platsen. Skulpturerna bidrar, genom att lyfta platsens unika upplevelsevärden, till att främja

den individuella platsidentiteten. Skulpturerna kan varieras i det oändliga beroende på i vilken park de placeras och genom att göra skulpturer av de djur- och växtarter som är vanliga, specifika eller karaktäristiska för den aktuella parkens biotop skapas individuell platsidentitet genom att lyfta platsens unika upplevelsevärden.

Nationalparksprofilens syfte är att skapa igenkänning mellan nationalparkerna för besökaren. Samtidigt framhävs vikten av att skapa individuell platsidentitet för varje specifik nationalpark. Undersökningen visar att det går att tillgodose båda syftena samtidigt. Dock kräver det att man utökar profilens element och formspråk med andra element, vars uttryck är inspirerade av platsens unika värden. För att åstadkomma det kräver det mycket arbete och kunskap kring de lokala värdena och vad som gör platsen unik. För att detektera dessa värden är ett grundligt inventerings- och analysarbete viktigt.

I detta fall utgörs gemenskapen mellan nationalparkerna av ett gemensamt formspråk, värdegrunder och byggda element så som skyltar och hur informationen är utformad (grafiskt). Jag menar att för att skapa platsidentitet och samtidigt en gemenskap så måste fokus ligga på två av de tre faktorer som Montgomery pekar ut, *aktiviteterna* och den *kollektiva betydelsen* av platsen. För att skapa platsidentitet så krävs det att dessa faktorer fylls med unika, specifika egenskaper som är hämtade från den specifika platsen, dvs naturvägledning i alla dess former blir en viktig del för att forma platsens individuella identitet och på så sätt skilja den från andra nationalparker.

ORIENTERBAR ENTRÉPLATS

Under gestaltningsprocessen framkom flera problem som gestaltningen behövde lösa eller ta hänsyn till, en av dessa var att orienterbarheten på entréplatsen var otydlig vilket skapar förvirring hos besökaren. Det medför att personalens fokus flyttas från naturvägledning och kunskapsspridning till att guida besökaren inom området.

Gordon Cullen (2006:103) menar att ett objekt, en fokuspunkt, kan fungera som en magnet som drar personen mot dessa. Jag menar att dessa objekt även kan användas för att vägleda besökare genom en plats. I Fulufjällets fall så utgör den stora

nationalparksskylten en fokuspunkt. Skyltens storlek gör att den ses redan från parkeringen vilket gör att besökaren har en punkt att orientera sig kring. Väl uppe vid skylten får besökaren ytterligare information, genom vägvisare, som hjälper hen att orientera sig vidare på platsen. Utöver vägvisare så bidrar markmaterialets tydliga linjära utformning och skiftningen mellan grus och natursten att förstärka orienteringen på platsen. Vägen som har sin början vid nationalparksskylten tas bort för att inte förvilliga besökaren och samtidigt förstärks stenläggningens linjära riktning mellan naturumbyggnaden och restaurangen.

För att ytterligare förstärka orienteringen mot naturumet öppnas upp och förlängs entréplatsen mot nationalparksskylten för att torget ska bli tydligare visuellt från nationalparksskylten. Genom att besökaren ser entréplatsen från skylten leds besökaren vidare mot naturumet och kan då ta del av den information som finns där. Vidare har antalet vägval minskats ner för besökaren på sin väg mellan parkeringen och nationalparksskylten, genom att dra om den anslutande vandringsleden till det nya torget. Utöver det har informationsskylten längs vägen tagits bort, vilket gör att besökaren inte stannar upp och riskerar att vilsledas. Den tidigare informationsskylten konkurrerade med naturumet och uppfattades av besökare som parkens entréplats och missade på så sätt mycket information kring parken. Vägvisarnas antal har minskats ner och vägvalen på de enskilda vägvisarna har även de minskats för att bidra till att tydliggöra och förenkla för besökaren.

Dessa åtgärder bidrar tillsammans till att platsen blir tydligare och blir lättare att orientera sig på. Jag menar att det viktigaste för att skapa orienterbarhet på en plats är, tydliga fokuspunkter, minimerad information och minimerat antal vägval. Tas dessa tre faktorer i beaktande vid platsskapande finns det goda förutsättningar för en lättorienterad entréplats.

PLATSBESÖK, KVALITET OCH PLATSSKAPANDE

Katja Grillner (2000:254) menar att vi upplever en plats mer än visuellt. Enligt henne spelar även våra erfarenheter av andra platser och minnet av en redan besökt plats in. Jag menar att för att uppleva en plats och kunna analysera den så är det en fördel om man kan besöka den flera gånger och under lång tid. För att få en så heltäckande bild av platsen som möjligt ansåg jag att det var viktigt att göra ett andra platsbesök. För att på så sätt lära känna platsen och dess förutsättningar på ett djupare plan än om jag bara hade besökt platsen en gång.

Om tri-valent design uppnås så går det, enligt Thompson (2000:217) att likställas med en god design. Enligt mig är teorin en förenkling av verkligheten och det gör att den inte fungerar fullt ut. Den pekar på tre viktiga aspekter som en plats behöver ha för att fungera väl, vilket är positivt. Dock visar den en lite för enkel förklaring att värdera en plats, $1+1+1$ =god design. Enligt min uppfattning tar teorin inte tillräcklig hänsyn till andra aspekter, som till exempel vem och hur många som analyserar platsen och vad de har för erfarenheter och känsloläge. Jag anser att bedömningen om en plats innehar god design eller inte är för komplex att komprimera i en enkel formel, $1+1+1$ =god design. Men teorin med dess kategorierna pekar ändå ut tre viktiga aspekter, ekologiska, sociala och estetiska, som bör tas i beaktande vid platsskapande. I detta projekt har det varit till hjälp under gestaltungsprocessen. Teorin har använts som en ledstjärna och en måttstock för att kunna reflektera över gestaltningen under processen.

Enligt Thompson (2000) så är ekologiska värden i design viktiga för att skapa god design. Jag menar att det inkluderar även påverkan på vårt klimat och ekologi, därför är byggnationen och dess påverkan av betydelse. För att göra ett så litet ingrepp som möjligt lämnade jag därför all befintlig stenläggning orörd och föreslår att gradängen och torget anläggs på pelare. Första tanken var att ansluta den nyanlagda rampen mot befintlig stenläggning och den skulle byggas av sten. Men efter att ha skissat vidare landade mitt förslag i att den ska byggas av trä och grundläggas på pelare av Älvdalskvartsit. Grundläggning på pelare minimerar byggnationens påverkan på de befintliga karaktärsträden kring

naturumbyggnaden. Entrétorget byggs av trä som är ett ekologiskt hållbart och klimatsmart byggmaterial. De flesta komponenterna som är framtagna är också de av trä. Grundläggningen av torget och komponenterna utgörs av plintar vilket kan anses som skonsamt och gör att vegetationen återhämtar sig snabbt om och när komponenterna och torget tas bort. Dock bör det tilläggas att all byggnation har en negativ påverkan på ekologi och klimat men genom att använda material av hög kvalitet så håller det längre och påverkan blir mindre.

Thompson menar även att god design inkluderar sociala och estetiska värden. Under gestaltungsprocessen vägdes olika val och lösningar på problem kontinuerligt mot dessa aspekter. De olika platsbildningarna i förslaget är anpassade till olika grupper av människor. Exempelvis är de utplacerade plattformarna riktade till en yngre publik medans picknickplatserna kan användas och uppskattas av en bredare publik.

Genom att skapa en väl fungerande entréplats för både besökare och naturvägledare och att de gavs möjlighet till att påverka gestaltningen vägdes de sociala aspekterna in i processen. De estetiska aspekterna togs i beaktande under processen genom att väga utformningen mot nationalparksprofilen och inspireras av de befintliga byggnationernas höga arkitektoniska kvaliteter.

Har då kvaliteten påverkats av att vara bunden till en profil?

Att följa andras framtagna riktlinjer i ett gestaltungsarbete är en utmaning. Det både hämmar och driver processen samtidigt. Hämmar genom att det personliga uttrycket och kreativitet får stå tillbaka i viss mån. Gestaltning handlar i mångt och mycket om att göra val, både faktabaserade och känslomässigt styrda, mellan olika möjligheter och lösningar. Detta gör att strama riktlinjer kan hjälpa till att driva processen framåt genom förutbestämda val och riktlinjer.

Profilen har i hög grad påverkat det färdiga förslaget. Det mest tydliga är portiken som hade fått en annan, mer tilltalande, gestaltning om jag frångått riktlinjerna.

Att följa nationalparksprofilens ambition och använda den minsta gemensamma nämnaren, 60° har varit problematiskt i gestaltningen av portiken. Det har i detta fall försvärat gestaltungsprocessen genom att jag har känt att den varit hämmande och påtvingad. Detta har lett till att formgivningen, i

mitt tycke, inte blivit lyckad rent arkitektoniskt. Om jag inte hade följt ambitionen att använda 60° så hade portiken säkerligen fått ett mer arkitektoniskt tilltalande uttryck.

Profilen har påverkat förslaget både positivt och negativt. Den nya profilen är väl genomarbetad och detaljrik vilket har underlättat gestaltningsarbetet och har gett möjligheten att skapa ett förslag med hög kvalitet. Men den har samtidigt hämmat den kreativa processen. Men för att kunna skapa kollektiv platsidentitet så behöver den kreativa gestaltningsprocessen ha tydliga riktlinjer för att de gemensamma nämnarna i gestaltningen inte ska gå förlorade. De gemensamma nämnarna behöver dock vara inte bara tydliga utan enkla att följa och inte för många i antal så att det fortfarande ges möjlighet att skapa unika värden.

För att skapa platser med god kvalitet menar jag att det inte räcker med att skapa en profil som beskriver visuella värden. Den behöver kompletteras med landskapsarkitektens kunskaper för att uppnå en god kvalitet.

FRAMTIDEN - NÄSTA STEG?

Undersökningen visar att den visuella profilen inte är fullt anpassad för att uppfylla dess syfte, att skapa kollektiv och individuell identitet. Profilen beskriver hur gemenskapen mellan nationalparkerna ska stärkas, vilket är bra. Dock kvarstår det att utforma riktlinjer och hjälpmedel för att skapa individuell identitet för de enskilda parkerna.

Komponenter som, likt sargen, kan lyfta och informera om unika värden och med det öka platsens individuella identitet. Profilens framtida riktlinjer bör peka på vikten av att komplettera med annan kunskap kring platsskapande, så som landskapsarkitektens expertis.



figur 86. Fulufjällets fjällplatå i vinterskrud längs vinterleden mot Rödsjöstugorna. 2020.02.14

REFERENSER

- Arnell, A. (2009). *Naturvägledning i Sverige: en översikt*. Uppsala: Institutionen för stad och land, Sveriges lantbruksuniversitet : Tillgänglig: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:slu:epsilon-e-863> [2020-04-12]
- Birgerstam, P. (2000). *Skapande handling: om idéernas födelse*. Lund: Studentlitteratur.
- Blank Arkitekter AB Filt. [Hemsida]. Tillgänglig: <http://blankark.se/filt/> [2020-03-20]
- Cullen, G. (2006). *The concise townscape*. Oxford; Butterworth-Heinemann. Tillgänglig: <https://idoc.pub/documents/the-concise-townscape-by-gordon-cullen-51432grzgglj> [2020-04-12]
- Ecologist (2013-04-04). [Hemsida]. Tillgänglig: <https://theecologist.org/2013/apr/04/securing-natures-future>
- Flinck, M. (2013). *Historiska trädgårdar: att bevara ett föränderligt kulturarv*. Stockholm: Carlsson i samarbete med Riksantikvarieämbetet.
- Grillner, K. (2000). *Ramble, linger and gaze: dialogues from the landscape garden*. Stockholm: Royal Institute of Technology (Tekniska högsk.) (KTH).
- Göteborgs Botaniska trädgård (2019-11-22). *Bygga Insektshotell*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.botaniska.se/barn-skola/tips-och-studiematerial/pollinering/pyssel/bygg-ett-insektshotell/> [2020-03-13]
- Hague, C. & Jenkins, P. (2005). *Place identity, participation and planning*. London: Routledge.
- Lundqvist, R. (2002). *Fulufjället: nationalpark i dalafjällen*. Stockholm: Naturvårdsverket.
- Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design*, vol. 3 (1), ss. 93–116 Routledge.
- Naturhistoriska riksmuseet (2013-07-09). *Bin och biholkar*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.nrm.se/faktaomnaturenochrymden/djur/insekterochspindeldjur/steklargetingar/binochbiholkar.420.html> [2020-03-13]
- Naturvårdsverket (2011). *Sveriges nationalparker - logotyper 2.0*. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Vagledning/Skyddad-natur/Nationalparker/Sveriges-nationalparker-varumarkesarbete/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2013). *Sveriges nationalparker - komponenter 3.2*. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Vagledning/Skyddad-natur/Nationalparker/Sveriges-nationalparker-varumarkesarbete/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2015). *Riktlinjer för entréer till Sveriges nationalparker: [reviderad version]*. Stockholm: Naturvårdsverket. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6656-7.pdf>
- Naturvårdsverket (2019a-06-05). *Att bilda nationalparker*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Naturvard/Skydd-av-natur/Nationalparksplan-for-Sverige/> [2020-04-05]

- Naturvårdsverket (2019b-05-20). *Sveriges nationalparker*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.naturvardsverket.se/Var-natur/Skyddad-natur/Nationalparker/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2019c). *Sveriges nationalparker - basmanual 3.1*. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Vagledning/Skyddad-natur/Nationalparker/Sveriges-nationalparker-varumarkesarbete/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2019d). *Sveriges nationalparker - Designplattform*. (Version 3.1) Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Vagledning/Skyddad-natur/Nationalparker/Sveriges-nationalparker-varumarkesarbete/> [2020-01-15]
- Naturvårdsverket (2019e). *Sveriges nationalparker - designplattform 3.1*. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Vagledning/Skyddad-natur/Nationalparker/Sveriges-nationalparker-varumarkesarbete/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2019f-05-31). *Sveriges nationalparker ska bli mer kända*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhället/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Naturvard/Skydd-av-natur/Nationalparksplan-for-Sverige/Varumarket-Sveriges-nationalparker/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2020a-03-27). *Hitta till naturum*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.naturvardsverket.se/Var-natur/Skyddad-natur/Naturum/Hitta-naturum/> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket (2020b). *Vår gemensamma identitet*. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/upload/stod-i-miljoarbetet/vagledning/skyddade-omraden/varumarket-sveriges-nationalparker/varumarkesboken-rev.pdf> [2020-04-05]
- Naturvårdsverket *Sveriges nationalparker - historia*. [Hemsida]. Tillgänglig: <https://www.sverigesnationalparker.se/om-sveriges-nationalparker/historia/> [2020-03-25]
- Naturvårdsverket (2015). *Riktlinjer för naturum*. Stockholm: Naturvårdsverket. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6696-3.pdf> [2018-03-28]
- Nord, L. & Birgerstam, P. (1997). *Skissandet som didaktiskt fenomen*. Uppsala: Sveriges lantbruksuniv. (Pedagogiskt utvecklingsarbete, 0348-5994 ; 34)
- Thompson, I.H. (2000). *Ecology, community, and delight: sources of values in landscape architecture*. London: E & FN Spon.

