

# **Vandra i Rumänien**

## **- en guidebok för fotvandring**

### **Hiking in Romania**

#### **- a guidebook**



**LUNDS**  
**UNIVERSITET**  
Campus Helsingborg

Examensarbete:  
Mats Landgren

Handledare:  
Christina Erneling

© Copyright Mats Landgren

Institute of Communication  
Lunds universitet  
Campus Helsingborg  
Box 882  
251 08 Helsingborg

Tryckt av Media-Tryck  
Biblioteksdirektionen  
Lunds Universitet  
Lund 2005

## Sammanfattning

### *Vandra i Rumänien* - en guidebok för fotvandring

Målet med detta examensarbete är att skapa en guidebok och tillhörande webbsida om fotvandring i Rumänien. I rapporten genomförs en målgruppsanalys samt en empirisk undersökning. Resultatet av dessa blev en serie testade hypoteser om målgruppens egenskaper. Därefter innehåller rapporten en genomgång av hur boken och webbsidan skapades och anpassades efter målgruppens egenskaper, utifrån hypoteserna.

Nyckelord: Vandring, Fotvandring, Rumänien, Karpaterna, Turism, Guidebok.

## Abstract

### *Hiking in Romania* - a guidebook

The aim of this thesis is to create a guidebook and website about hiking in Romania. The essay contains an analysis of the target group and an empirical survey. The results of the analysis and survey, was a series of tested hypotheses regarding the characteristics of the target group. Furthermore, the essay examines how the book and webpage was created and adapted to the characteristics of the target group, according to the hypotheses.

Keywords: Hiking, Romania, Carpathians, Tourism, Guidebook

## Förord

Bakom detta examensarbete ligger många mils vandrande med tung packning, många liter svett och många ovärderliga upplevelser. Jag har alltid varit intresserad av friluftsliv. Men mitt brinnande intresse av fotvandring började sommaren 2001 i de rumänska bergen. När vi hade bestigit vår första topp och blickade ut över Apusenibergen, visste jag direkt att det här var något jag hädanefter inte kunde vara utan. Rumänien har en mycket rik och varierad natur. För vandraren som söker vildmark, rustik, låga priser och en gästvänlig befolkning är det ett svårslagbart resmål. Ändå finns det ingen guidebok på svenska om vandring i Rumänien. Detta är något jag verkligen har saknat. Istället har jag spenderat många hundra timmar framför Internet på att sammanställa bra information, för att kunna genomföra mina resor. Tanken slog mig en dag att sammanställa all denna information i en bok. Så föddes idén till detta examensarbete.

I denna rapport vill jag undersöka vilken målgrupp som boken ska rikta sig till. Jag vill sedan ta reda på vilka egenskaper denna målgrupp har för att anpassa boken därefter. Genomförandet kommer att beskrivas och diskuteras i denna rapport.

Ett problem med många reseguider är att informationen i dem kan bli inaktuell. Övernattningsstugor kan brinna ner, nya bra kartor kan publiceras, länkar till olika webbsidor kan ändras osv. Därför vill jag skapa en webbsida som kompletterar boken med uppdaterad information. Webbsidan ska också kunna användas för att marknadsföra boken.

Vid inlämnandet av denna rapport kommer boken inte att vara helt färdigskrivna. Inte heller kommer alla de färdigskrivna sidorna att finnas med som bilagor till denna rapport. Tillräckligt många sidor av boken kommer att finnas med för att kunna underbygga rapportens resultat. Bilagorna är snarare utdrag ur boken, som är exempel på de resultat jag diskuterar i rapporten. Vill man få tillgång till hela boken kan man kontakta mig personligen.

## Innehållsförteckning:

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Inledning</b> .....                      | <b>6</b>  |
| <b>2. Syfte</b> .....                          | <b>6</b>  |
| <b>3. Problemställning</b> .....               | <b>6</b>  |
| <b>4. Metod</b> .....                          | <b>7</b>  |
| 4.1. Förberedande litteraturstudier .....      | 8         |
| 4.1.1. Cohens turisttypologier .....           | 8         |
| 4.1.2. Plogs turisttypologier .....            | 10        |
| 4.1.3. Strukturen på bokens innehåll .....     | 10        |
| 4.1.4. Visuell utformning av boken .....       | 11        |
| 4.1.5. Webbsida.....                           | 11        |
| 4.2. Hypotetisk-deduktiv metod .....           | 11        |
| 4.2.1. Hypoteser.....                          | 11        |
| 4.2.2. Empirisk undersökning .....             | 12        |
| <b>5. Resultat</b> .....                       | <b>13</b> |
| 5.1. Målgruppsanalys.....                      | 13        |
| 5.1.1. Litteraturstudier.....                  | 13        |
| 5.1.2. Empirisk undersökning .....             | 14        |
| 5.2. Bokens utformning .....                   | 16        |
| 5.2.1. Innehållets struktur.....               | 16        |
| 5.2.2. Visuell utformning .....                | 17        |
| 5.2.3. Webbsida.....                           | 18        |
| <b>6. Genomförandet av boken</b> .....         | <b>18</b> |
| 6.1. Bokens innehåll .....                     | 18        |
| 6.1.1. Vandringsrutter.....                    | 18        |
| 6.1.2. Hur man läser denna bok .....           | 19        |
| 6.1.3. Praktisk information .....              | 19        |
| 6.1.4. Intressanta fakta .....                 | 19        |
| 6.1.5. Kuriosafakta .....                      | 19        |
| 6.1.6. Bergsområden.....                       | 20        |
| 6.1.7. Innehållsförteckning och register ..... | 20        |
| 6.2. Bokens form.....                          | 20        |
| 6.2.1. Format .....                            | 20        |
| 6.2.2. Bilder .....                            | 20        |
| 6.2.3. Text .....                              | 23        |
| 6.2.4. Omslag.....                             | 23        |
| 6.2.5. Kartor .....                            | 24        |
| <b>7. Genomförandet av webbsidan</b> .....     | <b>26</b> |
| 7.1. Grafisk profil .....                      | 26        |
| 7.2. Text.....                                 | 26        |
| <b>8. Analys och diskussion</b> .....          | <b>27</b> |
| 8.1. Resultatanalys .....                      | 27        |
| 8.2. Metodanalys.....                          | 28        |
| 8.3. Framtida undersökningar .....             | 28        |
| 8.4. Avslutande diskussion .....               | 29        |
| <b>9. Källor</b> .....                         | <b>30</b> |

## 1. Inledning

Karpaterna är en av Europas största bergskedjor, till ytan ungefär lika stor som Alperna. Drygt hälften av Karpaterna ligger i Rumänien. Här finns några av Europas artrikaste, vackraste och vildaste naturområden. Fortfarande dominerar vidsträckta skogar, där björnarna och vargarna frodas. Invånarna som bor i bergstrakterna är mycket gästvänliga och lever efter gamla traditioner. De rumänska Karpaterna är ett paradiset för den som vill vandra i vildmark och samtidigt uppleva en gammeldags landsbygd. Denna fantastiska utmark ligger samtidigt mitt i Europa. Att ta sig dit från Sverige är både enkelt och billigt. Ändå är det väldigt få svenskar som reser dit. Varför? En möjlig förklaring är bristen på information. Det finns inga böcker på svenska som handlar om fotvandring i Rumänien.

## 2. Syfte

Jag ska skriva en guidebok för vandring i Rumänien. Bokens målgrupp är *alla som är intresserade av att vandra i Rumänien*. I arbetet ska jag ta reda på vilka dessa personer är och vilka egenskaper de har, för att kunna anpassa boken därefter. Jag ska även skapa en webbsida som ska komplettera boken. I denna rapport ska jag beskriva och diskutera mitt tillvägagångssätt. Rapporten kommer att fokusera på bokens och webbsidans kommunikativa aspekter. Jag kommer således inte ta upp hur jag tagit reda på att det växer 150-årig bokskog i ett visst område. Däremot kan jag berätta att det är viktigt att ta upp information av detta slag, om målgruppen är intresserad av gammal skog.

## 3. Problemställning

Syftet ledde mig till att ställa frågan: *hur kan jag skapa en bok och en webbsida, om vandring i Rumänien, som passar min målgrupp?* Jag delade upp denna långa fråga på följande sätt:

1. Målgrupp
  - a. Vilka tillhör min målgrupp?
  - b. Vilka egenskaper har min målgrupp?
2. Boken
  - a. Vilket innehåll ska finnas i boken?
  - b. Hur ska innehållet i boken utformas?
3. Webbsidan
  - a. Vilket innehåll ska finnas på webbsidan?
  - b. Hur ska webbsidan utformas?

Vid besvarandet av frågorna 2 och 3 ska jag kontinuerligt försöka hänvisa till svaret på fråga 1, eftersom boken och webbsidan ska anpassas efter målgruppen.

## 4. Metod

I detta avsnitt kommer jag först gå igenom problemställningen (som beskrivs i avsnitt 3) och visa vilka metoder jag kommer använda för att besvara de olika delfrågorna (se avsnitt 4.1 och 4.2).

### 1. Målgrupp

#### a. Vilka tillhör min målgrupp?

Svaret på denna fråga har jag definierat i avsnitt 2 och är *alla som är intresserade av att vandra i Rumänien*.

#### b. Vilka egenskaper har min målgrupp?

Bortsett från intresset av att vandra i Rumänien vet jag inget om min målgrupp. Jag vill därför genomföra litteraturstudier som kan ge mig ledtrådar om målgruppens egenskaper. Utifrån dessa ska jag formulera en serie hypoteser (dvs kvalificerade gissningar) om min målgrupp, som jag sedan ska pröva genom att genomföra en empirisk undersökning. Syftet med att ta reda på vilka egenskaper min målgrupp har är att jag ska kunna anpassa boken och webbsidan därefter.

### 2. Boken

#### a. Vilket innehåll ska finnas i boken?

Redan på förhand vet jag en del om vad som bör finnas med i boken, tack vare deltagande observation. Efter att själv ha planerat och genomfört ett flertal vandringar i Rumänien vet jag vilken information som jag har haft nytta av. Jag kan dock inte på förhand bestämma all information som ska vara med. Först måste jag genomföra undersökningen och ta reda på målgruppens övergripande behov. När jag väl vet vilken information jag söker, måste jag hitta den informationen någonstans. Böcker om vandring i Rumänien är en bristvara. Det finns ingen litteratur om detta på svenska. På engelska finns enbart en bok och den är både gammal och saknar information som låter en planera sina egna vandringar. Det finns en del böcker på tyska och ett flertal östeuropeiska språk. Mina språkfärdigheter är dock begränsade till svenska och engelska. Jag hämtar därför fakta och information om Rumänien och dess vandringsleder från egna erfarenheter, lämpliga webbsidor (såsom [www.carpathians.org](http://www.carpathians.org)) eller baksidan av kartor. Detta kommer jag inte att nämna mycket om i denna rapport, eftersom den fokuserar på målgruppsanalysen och de kommunikativa aspekterna av boken och webbsidan.

#### b. Hur ska innehållet i boken utformas?

För att informationen i boken ska kunna nå fram till läsaren behöver den framställas på ett sätt som är lätt och att ta till sig. För att ta reda detta kommer jag att genomföra ytterligare litteraturstudier. Jag ska därför läsa böcker om kognitiv psykologi, typografi, layout och visuell kommunikation.

### 3. Webbsidan

#### a. Vilket innehåll ska finnas på webbsidan?

Webbsidan ska komplettera boken. I huvudsak gäller detta information som är föränderlig. Jag vill inte ge ut en ny upplaga varje gång en stuga brinner ner i ett bergsområde. Inte heller vill jag att vandraren ska svära där han står mitt i ösregnet framför en nerbrunnen husgrund. Samma gäller busstider, länkar till Internet o.dyl. Lösningen är att ha en webbsida där nyheter, aktuella länkar osv kan uppdateras. Jag ska också kunna använda webbsidan för att kunna marknadsföra boken. Dessutom vill jag kunna använda webbsidan för andra framtida projekt, såsom nya böcker eller att arrangera resor till Karpaterna. För att hitta information till webbsidan kommer jag att hålla mig uppdaterad i framtiden genom att besöka olika webbsidor på Internet.

#### b. Hur ska webbsidan utformas?

Webbsidan ska ha samma grafiska profil som bokens framsida, så att besökaren känner igen sig. Den ska också kunna nå ut till målgruppen. För detta syfte kommer de tidigare litteraturstudierna att vara användbara. Jag kommer också att genomföra ytterligare litteraturstudier om hur man designar bra webbsidor.

## 4.1. Förberedande litteraturstudier

Innan jag kan börja skriva boken behöver jag därför definiera och beskriva min målgrupp. Något jag från början vet, är att målgruppen är turister. Därför väljer jag att läsa litteratur som beskriver olika typer av turister (se avsnitt 4.1.1 och 4.1.2).

Jag ville också ta reda på hur jag på ett pedagogiskt sätt skulle kunna strukturera informationen i boken. Skulle jag skriva om alla enskilda bergsområden efter varandra eller kategorisera dem under olika regioner? För att ta reda på vad som är lättast för hjärnan läste jag litteratur om kognitiv psykologi (se avsnitt 4.1.3).

Jag ville också få en lämplig visuell utformning av boken (typsnitt, layout och bilder). För att ta reda på mer om detta läste jag litteratur om visuell kommunikation och typografi (se avsnitt 4.1.4).

### 4.1.1. Cohens turisttypologier

Jag utgår ifrån Erik Cohens (2004, kapitel 3) sociologiska studier av olika turisttypologier. Jag valde Cohen därför att hans klassificering av olika typer av turister



är den mest vedertagna. Det som enligt Cohen skiljer olika typer av turister åt, är till vilken grad de söker upplevelser som är nya och okända eller bekanta och välkända. Denna skala ger upphov till en indelning av fyra olika typer av turister (Cohen, 2004, sid 39):

- *Den organiserade massturisten.* Detta är den minst äventyrliga turisten, som gärna reser bekvämt på en organiserad paketresa. Han tar nästan inga egna beslut alls om resans utformning. Han försöker i så stor grad som möjligt ta med sig sin hemmiljö på resan. Man kan beskriva det som att resenären lever i en mikrosfär av sin hemmamiljö under resan.
- *Den individuella massturisten.* Denna typ av turist liknar den föregående, men föredrar resor som inte är fullständigt planerade på förhand. Han tar en del egna beslut på plats om vad han ska uppleva och är inte fullständigt begränsad till någon grupp. Den huvudsakliga planeringen och ordnandet sköts dock av en resebyrå. Han väljer endast liknande upplevelser som den organiserade massturisten får uppleva. Även denna resenär lever i en mikrosfär av sin hemmamiljö.
- *Utforskaren.* Denna typ av turist organiserar och planerar sin resa på egen hand. Han försöker lämna de vanliga turiststråken i så hög grad som möjligt och söker sig till mer autentiska platser. Han försöker uppleva den lokala kulturen och pratar med lokalbefolkningen. Han vill dock ha bekvämt boende och pålitliga transportmedel. Han försöker lämna sin mikrosfär av hemmamiljön, men är försiktig och kliver gärna tillbaka in i den vid umbäranden. Även om målet är att söka nya upplevelser, fördjupar han sig inte fullständigt i den lokala kulturen, utan bibehåller det grundläggande sättet att leva och bekvämligheten från sin hemmamiljö. Även om han söker sig till autentiska upplevelser bortom turiststråken, vill han gärna ha bekvämt boende och pålitliga transportmedel. Han upprätthåller hela tiden ett visst avstånd till den lokala kulturen och betraktar omgivningarna utifrån ett estetiskt perspektiv eller försöker förstå folket på en intellektuell nivå.
- *Luffaren.* Denna resenär söker sig så långt som möjligt från turiststråken och försöker i så hög grad som möjligt ta del av den lokala kulturen. Han försöker leva på samma sätt som lokalbefolkningen, äta samma mat, bo i deras hus och utöva deras seder. Han organiserar sin resa fullständigt på egen hand. Ofta har han inget bestämt tidsschema och få bestämda resmål. Han försöker maximera det okända och nya upplevelser har högsta prioritet. Han försöker integrera sig i den lokala kulturen och lära sig förstå den genom att delta i den.

Hädanefter kommer jag att använda ordet *massturist* som gemensam beteckning på organiserade och individuella massturer.

Efter att själv ha genomfört flera vandringsresor till Rumänien, vet jag att detta absolut inte passar för massturer. Dessa skulle bli extremt begränsade. Infrastrukturen för turism i de rumänska bergen är inte välutvecklad. Dessutom vill jag skriva en bok för dem som vill resa på egen hand, eftersom det är av sådant resande som jag har erfarenhet. Efter egna erfarenheter av vandring i Rumänien anser jag att *utforskare* är

den turisttyp som har bäst förutsättningar för att uppskatta att vandra i Rumänien. Jag kommer därför att låta denna grupp utgöra grunden för mina hypoteser om målgruppen.

Vilken typ av turist man är beror på ens psykologiska behov (Gibson & Yiannakis, 2002). Individer i åldern 20-30 år tenderar att ha större önskan om äventyr och utforskande än äldre åldersgrupper, vilket gör att det oftast är i denna åldersgrupp man hittar *utforskare* (Gibson & Yiannakis, 2002). Eftersom 20-åringar generellt sett har mindre pengar än äldre åldersgrupper, misstänker jag att bokens målgrupp är lågbudgetresenärer. Detta vore dessutom lämpligt eftersom Rumänien är ett mycket billigt land att resa i.

#### 4.1.2. Plogs turisttypologier

Det finns även andra sätt att beskriva olika typer av turister än Cohens. Stanley Plog använder följande begrepp (Plog, 1974):

- *Psychocentrics*. Vill delta i resor som organiseras av resebyrå till välkända destinationer med många turister.
- *Allocentrics*. Vill resa på egen hand till okända destinationer.

Det är uppenbart att Cohens *utforskare* ligger inom ramen för *allocentrics* och att det är denna grupp som är min boks målgrupp. Plog skriver vidare att *allocentrics* har följande egenskaper (Plog, 1974):

- söker nya, exotiska upplevelser
- vill skapa bekanskap på främmande platser
- vill utforska nya områden (gärna med t.ex. fotvandring eller dykning)
- är intellektuellt nyfiken
- vill ha spontanitet i resandet

#### 4.1.3. Strukturen på bokens innehåll

Med struktur menar jag hur informationen i boken ska organiseras. Jag söker ett upplägg som ger god överblick av bokens innehåll. Det ska vara lätt för läsaren att hitta den information som han/hon söker.

För detta ändamål läste jag litteratur om kognitiv psykologi (Araï, 2001, sid 125-129). Här fann jag teorier om hur hjärnan sorterar och lagrar inkommande information. Om jag kunde organisera informationen i min bok på samma sätt, skulle det underlätta för läsaren att ta till sig informationen. Detta diskuteras närmare i avsnitt 5.2.1.

#### 4.1.4. Visuellt utformning av boken

För att nå fram till läsaren behöver jag även en god visuellt utformning. För detta ändamål läste jag litteratur om typsnitt (Felici, 2001), layout (Bergström, 2001 a) och bilder (Bergström, 2001 b). Resultaten av dessa litteraturstudier redovisas i avsnitt 5.2.2.

#### 4.1.5. Webbssidan

För att webbsidan ska bli kommunikativ använder jag mig utav de råd som Bo Bergström ger i sina böcker *Effektiv visuellt kommunikation* (2001 a) och *Bild & Budskap* (2001 b). Dessa råd beskriver jag i detalj i avsnitt 7.

### 4.2. Hypotetisk-deduktiv metod

Denna metod går ut på att jag först gör några kvalificerade gissningar (dvs. hypoteser) om min målgrupps egenskaper. Eftersom jag själv har vandrat mycket i Rumänien och träffat många människor med detta intresse, har jag en uppfattning om vilka egenskaper som målgruppen sannolikt kommer att ha. Kvalificerade gissningar kan givetvis inte betraktas som vetenskapligt giltiga förrän de har testats. Jag måste därför genomföra en undersökning som kan falsifiera påståendena. Så länge hypoteserna överlever denna process kan de betraktas som hållbara. Processen bygger på Karl Poppers idéer om falsifikationism (Chalmers, 1999, sid 59-103). För att metoden ska vara användbar gäller det att hypoteserna är falsifierbara, dvs. formulerade på ett sätt som tillåter falsifiering. Hypoteserna måste kunna utesluta vissa scenarion för att kunna vara falsifierbara. Om en empirisk undersökning kommer fram till att ett scenario som hypotesen utesluter, kan hypotesen anses vara vedergäldad. En hypotes som är mer falsifierbar, utesluter fler scenarion och utgör därför en noggrannare beskrivning av världen (Chalmers, 1999, sid 65).

#### 4.2.1. Hypoteser

Litteraturstudierna i kapitel 4.1.1 och 4.1.2 ledde fram till en uppsättning förväntningar om vilka egenskaper min målgrupp har. Dessa egenskaper utgör mina hypoteser och är följande:

1. 20-30 års ålder
2. Organiserar, planerar och genomför sin resa på egen hand
3. Undviker turiststråk i så hög grad som möjligt
4. Försöker uppleva den lokala kulturen och pratar med lokalbefolkningen.
5. Söker nya, udda upplevelser
6. Vill ha bekvämt boende
7. Vill använda lokala, men pålitliga, transportmedel
8. Anser sig vara lågbudgetresenär
9. Föredrar vildmark framför exploaterad natur
10. Försöker förstå den lokala kulturen på en intellektuell nivå.

Hypotes (9) har jag själv formulerat, baserat på egna erfarenheter. Hypotes (10) anser jag vara för svår att formulera rimliga frågor för. Den utelämnas därför från den empiriska undersökningen. Om de flesta av punkterna (1)-(8) bekräftas av undersökningen, kommer jag dra slutsatsen att Cohens *utforskare* och Plogs *allocentric* stämmer väl överens med min målgrupp och därför anta att även hypotes (10) gäller.

#### 4.2.2. *Empirisk undersökning*

För att kunna testa om hypoteserna ovan stämmer för min målgrupp, ska jag genomföra en undersökning. För detta behöver jag hitta människor som jag vet tillhör målgruppen. Den direkta målgruppen är *alla som är intresserade av att resa till Rumänien för att vandra*. Jag kommer att kontakta människor som uppfyller denna definition och testa mina hypoteser på dem. Förhoppningsvis kommer jag att få svar från tillräckligt många av de tillfrågade, för att få en aning om mina hypotesers sanningsvärde. Personerna som jag väljer för min undersökning kommer jag att söka upp på följande sätt:

- (a) I min bekantskapskrets. Risken med att använda bekanta i undersökningen är att de kan ge sympatiserande svar, dvs svarar det som de tror att jag vill höra. Jag måste därför formulera frågorna på ett sätt som förhindrar detta. Mer om hur jag konstruerade frågorna följer längre ner i detta avsnitt.
- (b) På webbsidan [www.utsidan.se](http://www.utsidan.se) möts friluftsintrasserade svenskar. Här finns ett diskussionsforum, där jag tänker söka efter folk som skrivit frågor om vandring i Rumänien. Dessa personer kommer jag att kontakta och skicka mina frågor till. Eftersom jag inte vet något annat om dessa personer, kan urvalet av dem betraktas som slumpmässigt.

#### *Formulering av frågorna*

För att öka mina chanser att få många svar, kommer jag att använda så få och korta frågor som möjligt. Dahmström (2000, sid 98) påpekar att man måste vara klar över undersökningens syfte innan man formulerar frågorna. Mitt syfte i detta avseende är tydligt, då det handlar om att testa mina hypoteser. Man bör formulera frågorna så att respondenterna *kan* och *vill* svara på dem, annars finns det risk att respondenterna hoppar över vissa frågor (Dahmström, 2000, sid 98). Man måste också undvika *ledande frågor*. Dessa frågor är värdeladdade och får ett visst svarsalternativ att verka mer positivt än ett annat (Dahmström, 2000, sid 98). Detta kan få respondenten att välja det positiva svaret, även om det inte motsvarar sanningen. Man ska också undvika *hypotetiska frågor* (Dahmström, 2000, sid 100). Det är nämligen svårare att sätta sig in i en hypotetisk situation än en man redan erfarit. En fråga ska inte heller innehålla två delfrågor. Då är det bättre att dela upp frågan i två frågor (Dahmström, 2000, sid 100). Det rekommenderas även att man genomför en provundersökning för att se om frågorna är tydliga nog (Dahmström, 2000, sid 103)

Frågorna jag kommer att ställa följer nedan. Inom parentes anger jag motsvarande hypotes och vilket svar jag förväntar mig.

1. Hur gammal är du? (hypotes 1: 20-30 år)
2. Hur föredrar du att din resa planeras? (hypotes 2: b, hypotes 7: b)
  - (a) av resebyrå
  - (b) på egen hand
3. Vilken typ av destination föredrar du? (hypotes 3: b)
  - (a) välutvecklad för turism, med många faciliteter och andra turister
  - (b) långt ifrån de traditionella turiststråken
4. Läger du stor betydelse vid att uppleva den lokala kulturen? (hypotes 4: a)
  - (a) pratar gärna med lokalbefolkningen och försöker lära mig mycket om den
  - (b) njuter hellre av turistfaciliteterna än av den lokala kulturen
5. Vilken typ av upplevelser föredrar du? (hypotes 5: b)
  - (a) välbekanta, välkända och som jag är van vid
  - (b) nya, udda och okända
6. Vilken standard på boende föredrar du när du reser eller vandrar? (hypotes 6: a)
  - (a) så hög standard som möjligt
  - (b) enklare, såsom bed & breakfast, fjällstugor eller tält
7. Anser du dig vara en lågbudgetresenär? (hypotes 8: ja)
8. Vilken typ av natur föredrar du? (hypotes 9: a)
  - (a) Vildmark. Hellre små stigar än välpreparerade leder.
  - (b) Hellre i välskötta områden med välpreparerade vandringsleder, än i vildmark.

## 5. Resultat

Nedan går jag igenom problemställningens delfrågor en efter en, dvs målgruppen, boken och webbsidan (se avsnitt 3). För var och en av dessa frågor kommer jag att ha ett separat underkapitel för varje metod som jag använt för att lösa frågorna. I dessa kapitel kommer resultaten att redovisas.

### 5.1. Målgruppsanalys

För att ta reda på min målgrupps egenskaper genomförde jag litteraturstudier (se avsnitt 4.2). Resultatet från litteraturstudierna testade jag sedan med hypotetisk-deduktiv metod, genom att genomföra en undersökning (se avsnitt 4.2).

#### 5.1.1. Litteraturstudier

Studierna av litteratur om olika turisttypologier (se avsnitt 4.1.1 och 4.1.2) ledde fram till formulerandet av en uppsättning hypoteser om målgruppen. Dessa hypoteser beskrivs i avsnitt 4.2.1 (anledningen till att hypoteserna redovisas i avsnitt 4.2.1 istället

för här, är att hypoteserna behövdes redan i avsnitt 4.2.2 för att formulera frågorna för min undersökning).

### *5.1.2. Empirisk undersökning*

För att testa hypoteserna formulerade jag en serie frågor (se avsnitt 4.2). Frågorna skickade jag sedan till folk som tillhör målgruppen. I en första omgång skickade jag undersökningen till fem personer i min bekantskapskrets, varav alla svarade. Avsikten var att testa om frågorna fungerade och var tydliga nog (se avsnitt 4.2.2). De tillfrågade bekräftade att de ansåg att frågorna var tydliga. Eftersom dessa personer tillhörde min målgrupp (dvs var intresserade av vandring i Rumänien) lät jag deras svar räknas in i slutresultatet. För att få fler personer till undersökningen letade jag även upp folk på Internet, som jag skickade frågorna till. Av dessa svarade ytterligare fem personer. Detta är enligt min åsikt ganska få personer för att utgöra ett bra underlag för undersökningen. Men med arbetets omfattning och tidsbegränsning hade jag inte möjligheten att samla in fler svar. På grund av det låga antalet svarande kommer jag endast att betrakta mycket enhetliga svar som giltiga. I det följande redovisas resultaten från undersökningen. Inom parentes efter frågan anger jag vilken hypotes det motsvarar (se avsnitt 5.1.1) samt vilket svar som förväntades.

#### *1. Hur gammal är du?*

(hypotes 1: 20-30)

*Svar: 31, 32, 31, 58, 29, 32, 27, 28, 27, 28*

Medianvärdet från undersökningen blev 29-31 år. Detta är i överkant av vad jag förväntade mig.

Slutsats: Svagt bekräftad ☺

#### *2. Hur föredrar du att din resa planeras?*

(hypotes 2: b, hypotes 7: b)

*(a) av resebyrå*

*(b) på egen hand*

*Svar: b, b, b, b, b, b, b, b, b, b*

Detta bekräftar tydligt mitt antagande att målgruppen föredrar att resa på egen hand.

Slutsats: Bekräftad ☺

#### *3. Vilken typ av destination föredrar du?*

(hypotes 3: b)

*(a) välutvecklad för turism, med många faciliteter och andra turister*

*(b) långt ifrån de traditionella turiststråken.*

*Svar: b, b, mest b, a & b, a & b, b, b, b, b, b*

Slutsatsen av detta är att målgruppen helst reser till destinationer som är långt ifrån turiststråken, vilket bekräftar min hypotes. En del vill dock att det ska finnas en del

bekvämligheter och turistfaciliteter. Detta stämmer bra med de turisttyper som kallas för *utforskare* och *luffare* (se avsnitt 4.1.1).

Slutsats: Bekräftad ☺

4. Läger du stor betydelse vid att uppleva den lokala kulturen?

(hypotes 4: a)

(a) pratar gärna med lokalbefolkningen och försöker lära mig mycket om den

(b) njuter hellre av turistfaciliteterna än av den lokala kulturen

Svar: a, a, a, a, b, a, b, a, b, a

De flesta av de tillfrågade vill hellre uppleva den lokala kulturen än av turistfaciliteter. Resultatet var dock inte lika entydigt som jag hade trott och hoppats på.

Slutsats: Bekräftad ☺

5. Vilken typ av upplevelser föredrar du?

(hypotes 5: b)

(a) välbekanta, välkända och som jag är van vid

(b) nya, udda och okända

Svar: mest b, b, b, b, b, b, b, b, a, b

Slutsats: Bekräftad ☺

6. Vilken standard på boende föredrar du när du reser eller vandrar?

(hypotes 6: b)

(a) så hög standard som möjligt

(b) enklare, bed & breakfast, fjällstugor eller tält

Svar: mest b, b, mest b, b, b, b, oftast b, b, b, b, b

Min personliga förväntning var att svaret skulle bli *b*. Litteraturstudierna föreslog dock *a*. Eftersom jag lät litteraturstudierna utgöra grunden för hypoteserna, blev denna hypotes falsifierad. Slutsatsen av detta tolkar jag som att den grupp av *utforskare* som är intresserad av vandring i Rumänien, ligger närmare *luffare* än *massturist* (se avsnitt 4.1.1). Att denna hypotes falsifierades var egentligen bra, eftersom övernattnings av typ *b* är betydligt vanligare i Rumänien.

Slutsats: Falsifierad ☺

7. Anser du dig vara en lågbudgetresenär?

(hypotes 8: ja)

Svar: ja, oftast ja, både och, blandat, ja, oftast, ja, ja, ja, ja

Fråga 1 visade att målgruppen generellt sett var lite äldre än jag trott. Trots detta verkar de flesta se sig själva som lågbudgetresenärer. Kanske föreligger det någon form av tillfredsställelse i att kunna leva billigt, trots att man har pengar? Svaret på den frågan kommer jag inte att diskutera vidare. Jag nöjer mig med att konstatera att målgruppen oftast reser med låg budget.

Slutsats: Bekräftad ☺

8. Vilken typ av natur föredrar du?

(hypotes 9: a)

(a) *Vildmark. Hellre små stigar än välpreparerade leder.*

(b) *Hellre i välskötta områden med välpreparerade vandringsleder, än i vildmark.*

Svar: mest a, a, a, a, a, a, a, a, b, a

Detta bekräftar min hypotes att målgruppen föredrar vildmark och små stigar, snarare än välskötta, exploaterade landskap.

Slutsats: Bekräftad ☺

Trots det låga antalet som svarade på undersökningen visade resultatet på mycket entydiga svar i de flesta fall. Slutsatsen av undersökningen är därför att jag kan betrakta min målgrupp som *utforskare* (se avsnitt 4.1.1) eller *allocentrics* (se avsnitt 4.1.2). Resultatet från fråga 6 ovan föreslår dessutom att de *utforskare* som tillhör min målgrupp mer liknar *luffare* än *massturister* (se avsnitt 4.1.1).

## 5.2. Bokens utformning

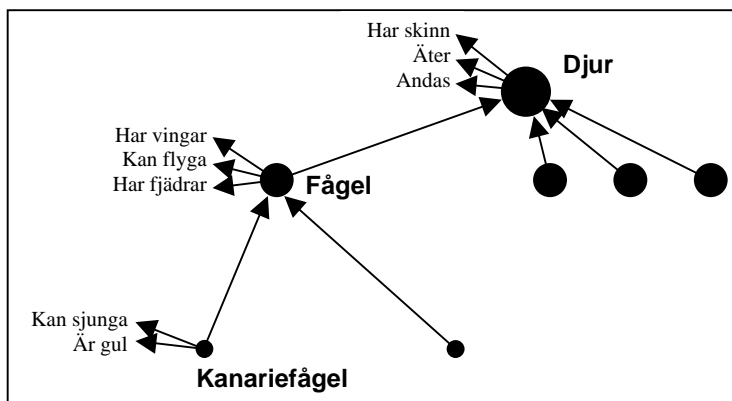
För att boken skulle bli lättläst och nå fram till läsaren läste jag litteratur om visuell kommunikation (Bo Bergström 2001 a & b) och typografi (Felici, 2001). Resultaten av detta redovisas i det följande.

### 5.2.1. Innehållets struktur

Med struktur menar jag hur informationen i boken ska organiseras. Jag söker ett upplägg som ger god överblick av bokens innehåll. Det ska vara lätt för läsaren att hitta den information som han/hon söker.

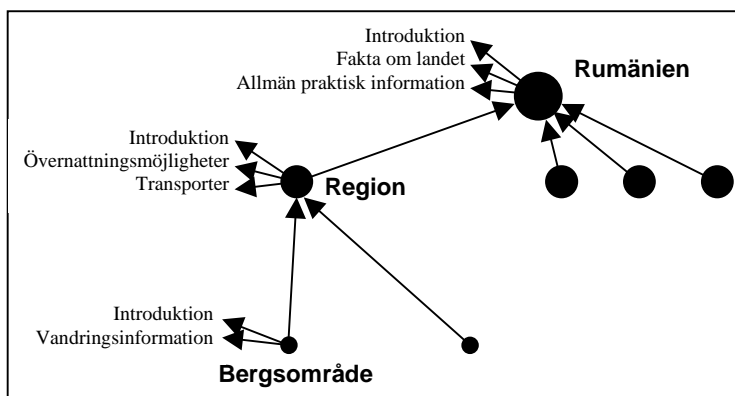
För detta ändamål läste jag litteratur om kognitiv psykologi (Araï, 2001, sid 125-129). Kunskap som kan formuleras verbalt kallas för *semantisk kunskap*. Denna typ av kunskap lagras i långtidsminnet. Detta minne har en mycket organiserad struktur, som är ett resultat av hjärnans sätt att kategorisera inkommande information. För att underlätta arbetet för läsarens hjärna vill jag kategorisera boken på samma sätt. Detta sätt kallas för *semantisk nätverksteori* och går ut på att skapa en hierarkisk kategorisering av olika egenskaper. Ett exempel som förklarar hur detta går till visas i figur 1. En kanariefågel är gul och kan sjunga, men har även de egenskaper som är gemensamma för alla fåglar (vingar, flygförmåga och fjädrar) samt de egenskaper som är gemensamma för alla djur (äter, andas osv).





Figur 1. Semantisk nätverksteori.

På samma sätt skulle jag kunna ha en första del av boken som beskriver övergripande information om Rumänien. Istället för att sedan direkt skriva om varje enskilt bergsområde i följd, kan jag dela in landet i olika regioner. Inom varje region kommer det sedan ligga en grupp bergsområden. I början av regionskapitlet kommer jag att skriva vad som är gemensamt för bergsområdena inom den regionen. Därefter följer underkapitel för varje bergsområde. Detta illustreras av figur 2.



Figur 2. Semantisk nätverksteori.

Resultatet av regionsindelningen finns att beskåda på bilaga 2.

### 5.2.2. Visuell utformning

För att få en lämplig utformning av texten i boken läste jag *Den kompletta handboken i typografi* av James Felici. Enligt denna bok gäller följande:

- En bra brödtext ska vara så lättläst som möjligt (sid 46). Typsnitt med serifer anses generellt sett vara mer lättlästa.
- Rubriker ska dra blicken till sig och vara enkla att tyda. De ska därför stå i kontrast till brödtexten. Vanligast är att använda typsnitt utan serifer.
- En rad ska bestå av ungefär 60 tecken eller 10 ord, för bästa lättläslighet.

Bergström (2001, sid 131) nämner att ett av de mest lättlästa typsnitten är Times. Detta typsnitt har serifer, vilket stämmer överens med Felicis påstående. Jag kommer därför att använda Times för bokens brödtext.

Vad gäller layout och bilder kommer jag att följa de råd som Bo Bergström ger i sina böcker *Effektiv visuell kommunikation* (2001 a) och *Bild & Budskap* (2001 b). Dessa råd beskriver jag i detalj i avsnitt 6.2.2.

### **5.2.3. Webbida**

För att webbsidan ska bli kommunikativ använder jag mig utav de råd som Bo Bergström ger i sina böcker *Effektiv visuell kommunikation* (2001 a) och *Bild & Budskap* (2001 b). Dessa råd beskriver jag i detalj i avsnitt 7.

## **6. Genomförandet av boken**

Boken kommer inte att vara fullständigt färdigställd vid examinationen av detta arbete. Att skriva klart boken är ett långtidsprojekt. Då en färdigskriven bok skulle innehålla över 100 sidor, kommer versionen för detta examensarbete att ligga på runt 30 sidor. Av dessa 30 sidor kommer en del inte att vara färdigskrivna. Ytor där jag planerar att skriva mer är markerade med stora kryss.

### **6.1. Bokens innehåll**

Min vision är att göra en bok som kompletterar vanliga reseguideböcker, såsom Lonely Planet eller Rough Guide, med den information som min målgrupp behöver för att kunna planera och genomföra vandringar. Boken behöver således inte innehålla information som redan finns att tillgå från vanliga reseguideböcker. Nedan följer olika kapitel – med motivering – som kommer att finnas med i boken.

#### **6.1.1. Vandringsrutter**

En vandringsbok måste givetvis innehålla beskrivningar av olika vandringsrutter. I min undersökning kom jag fram till att målgruppen föredrar att planera sin resa på egen hand. Jag kommer därför att lägga upp innehållet på ett sätt så att det är lätt att på egen hand leta upp information och planera sina egna vandringsrutter. Den enda vandringsboken som nu existerar på engelska är *Hiking in Romania* av Tim Burford (1995). Även om detta är en mycket välskriven bok, är den inte lämplig för de som vill planera sin egen rutt. Boken beskriver bara en vandringsrutt för varje bergsområde. Vill man inte vandra ruten som han har valt, är boken inte till någon större nytta. Jag kommer istället att beskriva olika delsträckor. Jag kommer sedan att ge förslag på lämpliga sätt att kombinera dessa sträckor till fullständiga vandringar, men det ska gå lika bra för läsaren att själv kombinera dem efter eget intresse.

### *6.1.2. Hur man läser denna bok*

Det ska finnas ett kapitel som förklarar för läsaren hur bokens innehåll är organiserat. När man har förstått detta kommer det att bli enkelt att hitta den information man söker. Här kommer också att finnas förklaringar för de symboler som finns med på kartorna i boken.

### *6.1.3. Praktisk information*

Målgruppen vill, enligt resultatet från min undersökning, resa på egen hand. För att detta ska vara möjligt behövs en del information om hur det fungerar med transporter och övernattnig. Behöver man boka fjällstugorna? Får man tälta i skogen? Hur får man tag på bra kartor? Går det bussar på söndagar? Denna information har jag erhållit från pålitliga webbsidor, baksidan av kartor samt genom deltagande observation då jag själv har varit på vandring i Rumänien. Den information av detta slag som är gemensam för hela landet finns på bilaga 5. Mer ingående praktisk information finns om de olika regionerna (se bilaga 6) och enskilda bergsområdena (se bilaga 7).

### *6.1.4. Intressanta fakta*

Enligt resultatet från min undersökning bekräftades det att målgruppen gärna vill få kunskap om resmålet. Därför ska jag ta upp fakta som gör vandringen intressantare och mer upplysande. Det kan t. ex. handla om floran och faunan, byarnas olika strukturer eller om de olika typerna av jordbrukslandskap man kan möta på vandringen. Denna information hämtar jag från lämpliga webbsidor och litteratur från Svenska Naturskyddsföreningen som t.ex. Edman & Hagman, 1988. Den nedre vänstra sidan på bilaga 4 har en grön ruta med intressant fakta. Den berättar om Ceaucescus planer på att eliminera tusentals byar i Rumänien. Detta kan vara intressant att känna till när man vandrar genom olika byar. Under den ovannämnda gröna rutan på bilaga 4 finns det en bild på en ekologisk tvättmaskin. Det är intressant för vandraren att känna till detta. Skulle man passera en sådan konstruktion utan att veta vad den är, skulle man inte lägga märke till den. Vet man att det är en ekologisk tvättmaskin blir det däremot en intressant upplevelse när man träffar på en sådan.

### *6.1.5. Kuriosafakta*

Här och var i boken kommer jag att ha små faktarutor eller anekdotiska berättelser. Dessa ska vara underhållande och göra läsaren mer intresserad av att resa till Rumänien för att vandra. Berättelserna kommer jag att hämta från egna upplevelser vid vandringar i Rumänien. Ett exempel på det jag kallar för kuriosafakta är den gröna rutan på nedre högre bilden på bilaga 4. Berättelsen är en sann historia som jag upplevde vid en vandring i Rumänien.

### **6.1.6. Bergsområden**

Som jag beskrivit i avsnitt 4.1.3 kommer jag att dela in de rumänska bergen i olika regioner (se bilaga 2). Inom varje region kommer det att finnas flera bergsområden. Varje region kommer vara ett eget huvudkapitel i boken och bergsområdena i den regionen kommer att vara dess underkapitel. Varje region kommer att ha en introduktion och praktisk information som är gemensam för alla de tillhörande bergsområdena. Se bilaga 6 för exempel på ett regionskapitel (Transsylvanska Alperna). Underkapitlen för varje bergsområde kommer därefter att innehålla mer specifik information och beskrivningar av olika sevärdheter och vandringsrutter. T. ex. kommer regionskapitlet att ha information om hur man tar sig till regionen från andra delar av landet, medan kapitlet för ett bergsområde i regionen kommer att ha information om hur man reser inom regionen till det bergsområdet. Bilaga 7 visar ett exempel på ett bergsområde (bergsområdet Bucegi som ligger i regionen Transsylvanska Alperna).

### **6.1.7. Innehållsförteckning och register**

För att ytterligare göra det lättare för läsaren att hitta i boken, kommer jag att ha både innehållsförteckning över olika kapitel och ett register med nyckelord.

## **6.2. Bokens form**

Med form menar jag bokens visuella upplägg, såsom typsnitt och layout. Jag kommer också ta upp hur jag konstruerade bokens kartor, hur jag valde ut fotografier osv.

### **6.2.1. Format**

Jag ville inte ha för stort format, eftersom boken ska kunna bäras med på resan. Bilderna i boken ska ändå kunna vara så stora som möjligt, då de är viktiga för att förmedla det som finns att uppleva under vandringarna. En bra balans blev att använda A5-format.

### **6.2.2. Bilder**

Alla bilder i boken består av fotografier som jag själv tagit. Fördelen med detta är att jag slipper problem med upphovsrätt. Dessutom ger det större trovärdighet, då det visar att jag personligen besökt alla områden. Bilderna spelar en viktig roll för att förmedla vad som finns att uppleva under vandringarna. För att en bild ska nå fram till betraktaren, ska man enligt Bo Bergström (Bergström, 2001 b, sid 28-42) tänka på följande:

- *Format.* Ett liggande rektangulärt format är det som känns mest naturligt och inbjudande för ögat. Detta format inbjuder för panorering i sidled och är lämpligt för landskapsfotografier. Stående format skapar lodrät rörelse och kan

uppfattas som mer dramatiskt. Vilket format man väljer beror på vad man vill förmedla med bilden.

- *Komposition.* Helheten ska gärna attrahera, men det effektivaste är ett dominant element som drar till sig uppmärksamheten. Detta element fungerar som startpunkt för ögat. Därefter ska man forma en tydlig väg genom bilden. Man ska ta bort så många onödiga element som möjligt, eftersom enklare bilder har störst chans att nå fram. Bergström nämner flera saker att tänka på när det gäller kompositionen:
  - *Kontraster.* Starka kontraster ger en mer dramatisk bild. Mjuka kontraster ger ett mer poetiskt intryck. Kontrasterna innebär stora skillnader mellan olika motsatspar, såsom stort-litet, nära-fjärran, mörkt-ljust, vasst-mjukt osv. Kontraster kan också uppnås mellan olika färger. T. ex. är grön färg rogivande medan röd är livfull.
  - *Proportioner.* En symmetrisk bild utstrålar lugn, harmoni, balans och ordning, men uppfattas ofta som stel och tråkig. Assymetri gör bilden mer dynamisk och skapar en spänning mellan de olika elementen i bilden. Ett vanligt sätt är att dela in bilden i tredjedelar. Detta innebär att man drar två raka streck lodrätt och vågrätt över bilden, med jämna avstånd. Fokuspunkterna kommer då att ligga där linjerna skär varandra. Ännu bättre är att använda *det gyllene snittet*. För att förstå vad gyllene snittet är, kan du föreställa dig en linje som är a+b lång. Om proportionen mellan a och b ska vara gyllene snittet, ska a förhålla sig till b på samma sätt som b förhåller sig till a+b. Matematisk kan det uttryckas som  $a/b=b/(a+b)$ . För ett element i ett fotografi innebär det att snittet kommer att ligga vid 38 % från bildens kant, istället för en tredjedel (33 %). För ett format innebär det att långsidan ska vara 62 % längre än kortsidan. Gyllene snittet har använts flitigt inom konstvärlden och anses ofta vara den vackraste proportionen (Bergström 2001 b, sid 31).
  - *Riktningar.* Man läser omedvetet bilder i särskilda riktningar. Eftersom man t. ex. är van vid att läsa texter från vänster till höger läser man även bilder från vänster till höger. Vilken riktning en stig på bilden har påverkar därför hur blicken kommer att röra sig över bilden (se figur 3 och 4).



Figur 3.

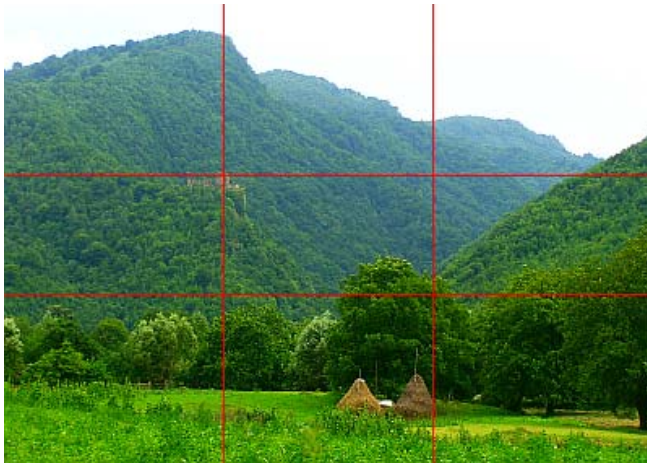


Figur 4.

- *Innehållet*. Bilden ska innehålla element som ger det budskap man vill förmedla. Beträktaren kommer att tolka bilden utifrån sina egna erfarenheter, värderingar osv. Med tanke på min målgrupp ska jag ha bilder som uppvisar vildmark, rustik osv., enligt resultaten från min undersökning.

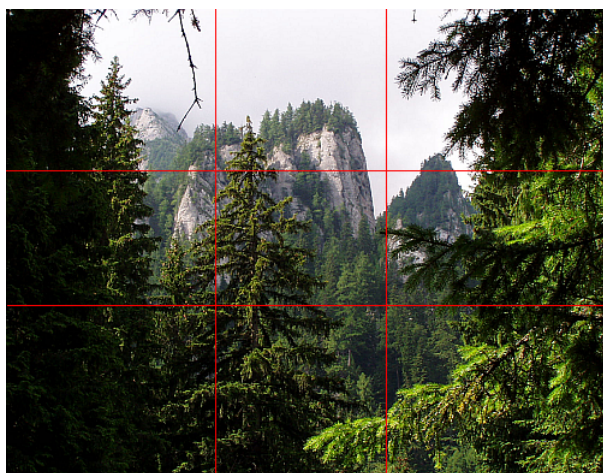
Här följer två exempel på hur jag har använt mig av dessa riktlinjer:

- *Framsida*. För bilden på framsidan (se figur 5) valde jag ett liggande, rektangulärt format då detta är lämpligt för landskap. Medeltidsborgen placerade jag som blickfång, enligt *gyllene snittet* (se de röda markeringarna i figur 5). Dalen går från vänster till höger. Detta ger intrycket av att man rör sig in i dalen, som leder in i vildmarken.



Figur 5. Analys av bokens omslag.

- *Bucegi*. I kapitlet om Bucegi-bergen (se bilaga 7) ville jag ha en bild som speglade karaktären på den vildmark som finns i området. Denna karaktär består av mäktiga klippbranter som omges av djupa skogar. Jag valde därför en bild med detta innehåll. För att skapa dramatik i bilden placerade jag de vassa klipporna som blickfång. Det mäktigaste stupet är placerat enligt *gyllene snittet* (se figur 6 nedan). De hotfulla klipporna står i kontrast till den omgivande skogen, som med sin gröna färg ger ett rogivande intryck (Bergström, 2001, sid 39). Återigen har jag valt kompositionen så att vägen in i bilden går från nedre vänster hörn mot den övre högra delen av bilden. Detta ger känslan av att man ska gå genom skogen mot klipporna.



Figur 6. Analys av bilden för Bucegi-bergen.

### 6.2.3. Text

Jag vill att brödtexten ska vara så lättläslig som möjlig. Jag väljer därför typsnittet Times för brödtexten, eftersom detta typsnitt har hög lättläslighet (Bergström, 2001 a, sid 131). Rubriker ska stå i kontrast till brödtexten (Bergström, 2001 a, sid 131). Ett lämpligt sätt att uppnå detta är att ha större textstorlek och ett typsnitt utan serifer (Bergström, 2001 a, sid 138). Mitt val föll på typsnittet Arial i fetstil. Det ska också finnas kontrast mellan huvudrubriker och underrubriker, vilket uppnås med fetstil eller kursiv stil (Bergström, 2001 a, sid 138).

Rutorna med kuriosafakta kommer att ha en egen grafisk profil. För att de ska kontrastera till brödtexten väljer jag ett typsnitt utan serifer. Dessutom låter jag dem få ljusgrön bakgrund, för att de ska sticka ut ytterligare.

### 6.2.4. Omslag

Omslaget ska förmedla att boken är en vandringsguidebok för Rumänien. Jag vill också att den ska förmedla vildmark, eftersom detta fångar målgruppens uppmärksamhet.

För framsidan (se bilaga 1) har jag valt en grafisk profil som är enkel och lätt att känna igen. Profilen ska kunna användas även på webbsidan. Helst ska den även estetiskt ge ett intryck av natur och friluftsliv. Jag valde en svart överkant och en rund symbol med grön bakgrund och huvudet på en gems – ett djur som är vanligt i Karpaterna (symbolen syns högst upp till höger på bilaga 1). Symbolen ska fungera som logotyp. Därför har jag konstruerat den i vektorgrafik. Detta gör att man kan ändra storleken på den utan att förlora i kvalitet. Dessutom får den betydligt bättre kvalitet vid utskrift eller tryckning. Jag ville dessutom ha en bild på omslaget som sätter fingret på det man upplever vid vandring i Rumänien. Jag valde därför en bild med både vildmark (berg och skog) och kultur (slätterängar och en medeltidsborg). Borgen är placerad enligt gyllene snittet (se avsnitt 6.1.3). Dalen går fram åt vänster, vilken ger betraktaren intrycket av att röra sig in i dalen (se *Riktningar* i avsnitt 6.1.3) till vildmarken.

På baksidan (se bilaga 1) har jag valt en urskog täckt av dimma. Denna bild appellerar till den som gillar vildmark (vilket målgruppen gör). De dimmiga färgerna ger ett poetiskt intryck (se avsnitt 6.1.3). Även texten på baksidan är skriven för att attrahera målgruppen. Den person som läser på bokens baksida ska förstå om han/hon tillhör målgruppen. Texten har vit färg och ligger på svart bakgrund. Detta kan vara lite svårt att läsa, varför man bör välja ett typsnitt utan serifer i fetstil (Bergström, 2001, sid 136). Jag valde därför Arial Narrow med fetstil.

### *6.2.5. Kartor*

I boken har jag en vandringskarta för varje bergsområde. Av egen erfarenhet vet jag en karta ska ha följande egenskaper, för att man ska kunna planera vandringar:

- God detaljrikedom. Kartorna är till för att man ska kunna planera vandringar och är således bara översiktskartor som inte är tillräckliga för att vandra efter. Men för att planera vandring behöver man ändå ganska mycket detaljer. Man måste kunna föreställa sig hur vandringslederna ser ut. Detta innefattar topografi (höjdlinjer), skog, stugor, vandringsleder, sevärdheter, samhällen, vägar och vattendrag.
- Kartorna ska täcka alla bergsområden i boken
- Alla kartor ska vara i samma stil
- Kartorna ska inte vara skyddade av upphovsrätt

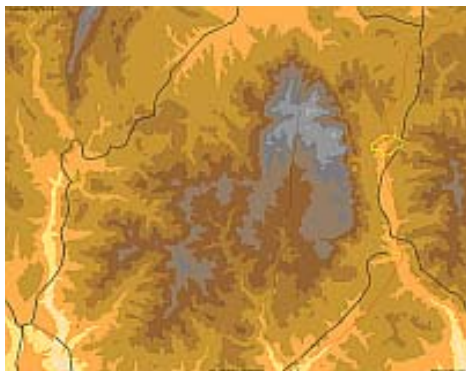
Jag fann inga kartor som uppfyllde alla dessa krav. Därför valde jag att konstruera egna kartor. Jag bestämde mig för att ha en beige bakgrund, grå höjdlinjer, grön färg för skog, ljusblå färg för vatten och röd färg för samhällen. Detta är praxis på rumänska vandringskartor och jag upplever det som väldigt intuitivt och tydligt.

Metoden för att konstruera kartorna hittade jag på själv. Jag använde mig utav programmet Adobe Photoshop CS och gick tillväga på följande sätt:

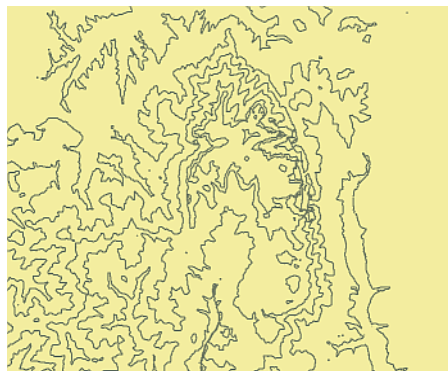
#### *Steg 1. Höjdlinjer*

På en vädersajt hittade jag kartor med topografisk information. Eftersom dessa var copyrightskyddade kunde jag inte använda dem rakt av. Istället använde jag dem som grund för att konstruera egna höjdlinjer. Jag började med att plocka ut det kartsegment jag ville utgå från (se figur 7). Här suddade jag ut allt som inte var information om topografien, såsom svarta linjer, röda prickar och gula fläckar. När jag fått fram en ren topografikarta, använde jag funktionen "Find edges". Den topografiska informationen förvandlades då till höjdlinjer. Dessa linjer fick jag sedan snygga till och klippa ut med hjälp av "Magic wand". Jag klistrade in dem i ett nytt dokument och gav dem mörkgrå färg (se figur 8).





Figur 7. Ursprunglig karta



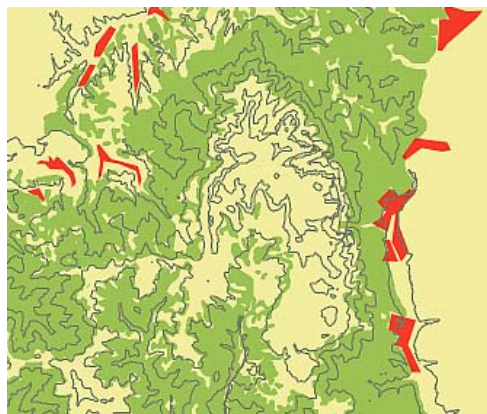
Figur 8. Höjdlinjer

### Steg 2. Skog och samhällen

Jag hittade en karta som visade utbredningen av olika typer av skogar i Rumänien. Med hjälp av "Magic wand" kunde jag klippa ut alla dessa och klistra in dem i ett nytt dokument. Här gav jag dem samma gröna färg och mjukade ut dem med hjälp av "Brush"-verktyget (se figur 9). Efter detta placerade jag skogen i ett nytt lager i samma dokument som höjdlinjerna. Jag lät lagret med skog ligga under höjdlinjernas lager. Därefter använde jag funktionen "Transform" för att ändra skalan på skogen, så att den stämde överens med höjdlinjerna. Därefter fyllde jag i samhällen med röd färg (se figur 10). Jag använde vägkartor för att få fram information om samhällenas utbredning. Därmed var grunden för kartan färdig.



Figur 9. Skog



Figur 10. Skog, höjdlinjer och samhällen

### Steg 3. Detaljer

Jag använde Adobe InDesign för att fylla i resten av informationen på kartan. Detta för att få vektorbaserad grafik, som ger bättre utskriftskvalitet. Det slutgiltiga resultatet för Bucegi-bergen visas i figur 11 (se även bilaga 7).



Figur 11. Den färdiga kartan över Bucegi-bergen.

## 7. Genomförandet av webbsidan

Webbsidan ska komplettera boken med uppdaterad information. Den ska också kunna användas i marknadsföringssyfte, för att kunna sälja boken. Jag vill dock ha möjligheten att även använda webbsidan för andra projekt. Det kan röra sig om artiklar, fler böcker eller till och med att arrangera resor till olika delar av Karpaterna. Därför låter jag webbsidan handla om hela Karpaterna. Jag kommer ha ett avsnitt med rubriken publikationer. Där ska jag kunna samla allt material jag producerar om Karpaterna. I det avsnittet kommer jag att ha information om denna bok. Webbsidans framsida finns på bilaga 8.

### 7.1. Grafisk profil

Webbsidans grafiska profil ska vara samma som bokens framsida. Därför ska den ha en svart kant upptill. Där ska också finnas min logotyp - den gröna cirkeln med gems i (se avsnitt 6.2.5). För val av bilder utgår jag från samma råd som för boken (se avsnitt 6.2.2).

### 7.2. Text

Bo Bergström skriver (2001 a, sid 148) att typsnitt utan serifer är lämpligare för Internet. Rader ska dessutom inte vara längre än 40 tecken långa och man ska vara så kortfattad som möjligt (Bergström, 2001 a, sid 148).

## 8. Analys och diskussion

Syftet med detta examensarbete var att skriva en guidebok, med tillhörande webbsida, för vandring i Rumänien. För att kunna göra detta behövde jag först genomföra en målgruppsanalys. Därefter skulle jag ta reda på hur jag kunde skapa en bok och webbsida som passade denna målgrupp.

### 8.1. Resultatanalys

Arbetets första steg var att ta reda på målgruppens egenskaper. Jag läste böcker inom sociologi, som undersökte olika typer av turister. En författare (Cohen, 2004) hade identifierat en typ av turist som jag ansåg lämplig som målgrupp. Det fanns angivet en uppsättning egenskaper som var typiska för denna turistgrupp och dessa egenskaper passade för vandringsresor till Rumänien. Alla egenskaperna, förutom en, stämde överens med mina egna förväntningar. Jag valde att använda de angivna egenskaperna som hypoteser om min målgrupp, även den som inte stämde med mina egna förväntningar. De resulterande hypoteserna står i avsnitt 4.2.1. Av dessa hade jag förväntat mig alla utom hypotes 6.

Nästa steg bestod i att testa hypoteserna. För detta syfte genomförde jag en empirisk undersökning. Denna verifierade samtliga hypoteser förutom hypotes 6, som falsifierades. Detta var en lättnad för mig. Jag hade själv inte förväntat mig att denna egenskap skulle vara typisk för målgruppen. Om den hade verifierats skulle det gjort det mycket svårare för mig att skriva boken. Jag är nämligen själv lågbudgetresenär och vet inget om hur man reser i Rumänien om man har krav på boende med hög standard.

Vad gäller layout och typsnitt på boken läste jag igenom olika guideböcker för att få inspiration. Jag hittade ingen bok som jag tyckte var riktigt bra, utan utformade boken på egen hand så som jag skulle vilja att en guidebok ska utformas. Jag vände mig till litteratur om typsnitt och layout (Bergström, 2001 a & b och Felici, 2001) för att få råd om vilka typsnitt som skulle användas samt format, motiv, komposition osv på bilder. Jag letade upp egna bilder som uppfyllde dessa råd. På samma sätt valde jag typsnitt och layout på webbsidan.

Ett av mina största problem när jag planerade bokens utformning var hur jag skulle organisera innehållet i boken. Först funderade jag på att skriva om varje enskilt bergsområde efter vartannat. Men då skulle jag t.ex. få skriva om en viss stad på flera ställen, eftersom den staden var utgångspunkt för vandringar i flera olika berg. Lösningen på problemet fann jag genom att läsa litteratur om kognitiv psykologi. Här presenterades en teori som kallas för *semantisk nätverksteori*, som beskriver hur hjärnan tar till sig och organiserar information. För att boken skulle bli lättläst valde jag således att organisera innehållet i boken på samma sätt. Resultatet blev en geografisk indelning av Rumänien i olika regioner. Varje regionskapitel börjar med gemensam information

om bergsområdena i regionen. Därefter följer mer ingående information om de enskilda bergsområdena i separata underkapitel. Detta gjorde att informationen i boken blev lätt att hitta och överskåda, utan att något behövde upprepas på flera ställen.

Webbsidan blev väldigt enkelt och intuitiv. Den har dessutom utrymme att utökas för framtida projekt. Således blev den precis som jag hade hoppats på.

## ***8.2. Metodanalys***

Den första metoden jag använde var litteraturstudier. Syftet var att få fram hypoteser, dvs kvalificerade gissningar, om målgruppens egenskaper. Eftersom jag själv tillhör målgruppen och har träffat andra människor som också tillhör den, hade jag förväntningar om dess egenskaper. Jag kunde därför ha gjort kvalificerade gissningar på egen hand, men då skulle jag inte ha lärt mig något nytt. Jag hade förvisso fått reda på om mina förväntningar var sanna eller inte, men jag skulle inte ha fått några nya idéer om målgruppens egenskaper. Därför vände jag mig till litteratur som behandlade ämnet. Eftersom denna litteratur resulterade i egenskaper som ganska väl stämde överens med mina egna förväntningar fick jag inte så många nya idéer. Däremot fick jag ett bättre underlag för att motivera hypoteserna.

I den empiriska undersökningen skulle jag gärna ha använt fler personer. En hypotetisk-deduktiv metod kan antingen falsifiera eller bestyrka hypoteser, dock aldrig bevisa dem. Desto fler personer som bekräftar hypoteserna, desto mer bestyrkta är de. Därför bör man ha så många personer som möjligt. Eftersom jag bara hade 10 respondenter kan jag inte känna mig helt trygg med resultatet. Nu blev svaren dock mycket enhetliga och jag tror därför inte att slutsatserna hade blivit annorlunda om jag använt fler personer. Men, som sagt, ett större antal respondenter hade varit mer övertygande.

För bokens utformning använde jag mig enbart av litteraturstudier. Hade jag haft mer tid på mig skulle jag även ha genomfört intervjuer med bokförlag eller bokrecensenter, för att ta reda på vilka egenskaper de anser att en bra guidebok ska ha. Jag kunde också ha försökt kopiera koncept från andra guideböcker, men jag ville att boken skulle vara originell och använda min kreativitet. Dessutom fann jag inga guideböcker som jag tyckte var bra.

## ***8.3. Framtida undersökningar***

Det skulle vara intressant att trycka ett exemplar av boken och ge den till folk som ska resa till Rumänien, för att i efterhand få reda på om de ansåg att boken var användbar. Tyvärr har jag inte tillräckligt med tid på mig för att genomföra detta innan redovisningen av arbetet. Dock kommer jag att få feedback av detta slag senare. Två personer som svarade på min undersökning ska resa till Bucegi-bergen i sommar. Som

tack för sitt deltagande skickade jag dem kapitlet om Bucegi. Det ska bli intressant att höra efter deras resa om de tyckte att kapitlet var användbart.

Det skulle också vara intressant att ta reda på varför det är så få som reser till Rumänien och hur man skulle kunna öka intresset. Om sanningen är att folk vet för lite om Rumäniens vandringsmöjligheter, skulle det vara intressant att veta huruvida de skulle bli mer intresserade om de fick tag på en bra guidebok.

Vid undersökningen kom jag fram till att folk ansåg sig själva som lågbudgetresenärer. Eftersom jag känner flera av de tillfrågade vet jag att några av dem är höginkomsttagare. Dessutom var de lite äldre än jag förväntat mig. Jag tror därför att bokens målgrupp njuter av att leva spartanskt. Att de ser sig själva som lågbudgetresenärer har således inget att göra med huruvida de är unga och fattiga, utan snarare om ett upplevelseideal. Detta skulle vara intressant att följa upp och se om det stämmer.

#### *8.4. Avslutande diskussion*

I det stora hela anser jag att mitt tillvägagångssätt var både lämpligt och lyckat. Flera respondenter till den empiriska undersökningen skulle dock ha varit mer övertygande. Det finns många undersökningar jag skulle vilja genomföra för boken. Med den begränsade tid som fanns kunde jag inte genomföra alla. Jag anser nu i efterhand att jag prioriterade rätt och genomförde de viktigaste studierna.

Få av mina resultat var förvånande, jämfört med mina egna förväntningar. Boken skulle därför antagligen inte sett så annorlunda ut om jag skrivit den utan att genomföra några undersökningar. Jag anser ändå att undersökningarna var värdefulla. Nu kan jag bättre argumentera för bokens kvaliteter. Detta känns tryggare och är dessutom användbart om jag t.ex. skulle kontakta en förläggare för att få boken utgiven.

## 9. Källor

Arai, Dariush (2001). *Introduktion till kognitiv psykologi*. Studentlitteratur. Lund, Sverige.

Bergström, Bo (2001 a). *Effektiv visuell kommunikation*. Carlsson Bokförlag. Stockholm, Sverige.

Bergström, Bo (2001 b). *Bild & Budskap*. Carlsson Bokförlag. Stockholm, Sverige.

Cohen, Erik (2004). *Contemporary Tourism – Diversity and Change*. Elsevier. Amsterdam, Nederländerna.

Chalmers, A. F. (1999). *What's this thing called science?* University of Queensland Press. St. Lucia, Australia.

Dahmström, Karin (2000). *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*. Studentlitteratur. Lund, Sverige.

Edman, Stefan & Hagman, Tore (1988). *Bondens landskap*. Almqvist & Wiksell Tryckeri. Uppsala, Sverige.

Felici, James (2003). *Den kompletta handboken i typografi*. Pagina Förlags AB. Sundbyberg, Sverige.

Gibson, H. & Yiannakis, A. (2002) *Tourist roles: needs and the lifecourse*. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 358-383.

Plog, Stanley C. (1974). *Why Destinations Rise and Fall in Popularity*. *The Cornell Quarterly* 14 (4): 55-58.

## Internetkällor

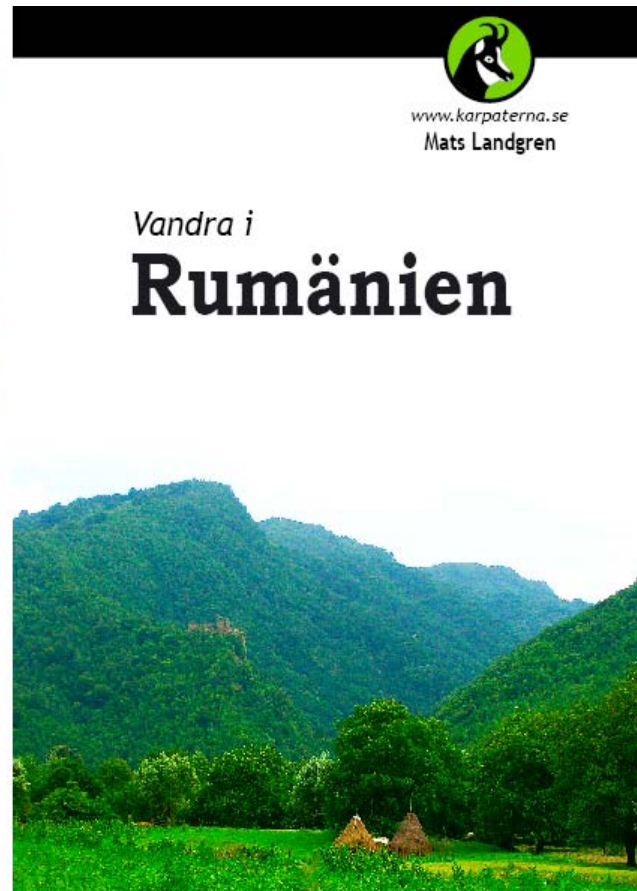
[www.carpathians.org](http://www.carpathians.org) (2006-05-10)

Internationellt nätverk av ideella organisationer som arbetar för att befrämja naturen och kulturen i Karpaterna.

[www.utsidan.se](http://www.utsidan.se) (2006-05-10)

Svensk webbsida med ett forum där friluftsjälskare svenskar kommunicerar.

## Bilaga 1 – Omslag: bokens baksida och framsida.



## Bilaga 2 – Indelning av regioner och innehållsförteckning.

| <b>INNEHÅLL</b>  |    |
|--|----|
| <i>INTRODUKTION</i>  | 1  |
| <i>HUR MAN LÄSER DENNA BOK</i>   | 2  |
| <i>NATUR</i>   | 3  |
| Rovdjur 2, Skog 2, Karstområden 3  |    |
| <i>KULTURLANDSKAP</i>  | 5  |
| Historia 3, Byars strukturer 3, Jordbrukslandskapet 4  |    |
| <i>PRAKTICALITETER</i>   | 5  |
| Transporter 9, Övernattning 9, Pengar 10,<br>Bränsle till kök 10, Kartor 10, Vandringsleder 10 |    |
| <b>1 SKOGSKARPATERNA</b>   | xx |
| Maramures xx, Rodna xx, Bucovina xx, Nösnerland xx   |    |
| <b>2 ÖSTKARPATERNA</b>   | xx |
| Rarau-Giuralau xx, Calimani xx, Ceahlau xx,<br>Hasma xx, Ciuc xx, Ungerska byar xx             |    |
| <b>3 KARPATBÅGEN</b>   | xx |
| Vrancea xx, Buzau xx, Baiului-Grohotis xx, Ciucas xx   |    |
| <b>4 TRANSYLVANSKA ALPERNA</b>   | 11 |
| Bucegi 13, Piatra Craiului xx, Jezer Papusa xx,<br>Fagaras xx, Cozia xx, Saxiska byar 17       |    |
| <b>5 SYDKARPATERNA</b>   | xx |
| Cindrel-Lotru xx, Capatanii xx, Paring xx, Sureanu xx,<br>Retezat xx                           |    |
| <b>6 BANAT</b>   | xx |
| Anina xx, Tjeckiska byar xx, Cerna-Mehedinti xx  |    |
| <b>7 APUPSENI</b>  | 21 |
| Bihor-Vladeasa xx, Scarita Belioara xx, Trascau 23   |    |





## Bilaga 3 – Hur man läser denna bok.

2

Hur man läser denna bok











### HUR MAN LÄSER DENNA BOK

Av praktiska skäl har jag delat upp landet i olika regioner. Inom varje region finns olika bergsområden. Varje regionskapitel tar upp det som är gemensamt för bergsområdena i regionen.

#### Kartor

Kartorna i boken är konstruerade för att ge en översikt av området. De är inte tillräckliga som vandringskartor, men innehåller tillräckligt med information för att man ska kunna planera sina vandringar. Alla stugor, vandringsleder, sevärdheter osv finns inte med på kartorna, utan endast de som jag anser vara mest användbara eller sevärd.

#### Kartsymboler

|   |                             |
|---|-----------------------------|
|  | Markerad vandringsled       |
|  | Omarkerad vandringsled      |
|  | Linbane                     |
|  | Cabana (fjällstuga); hotell |
|  | Inläggsande bergsområde     |
|  | Järnväg                     |
|  | Stor bilväg                 |
|  | Liten bilväg                |
|  | Samhälle; kyrka; borg       |
|  | Grotta; sjö                 |

#### Transporter

Kapitlet Praktikaliteter (sid 5) tar upp internationella tåg och flyg. Kommunikationer till de olika regionerna tas upp i respektive regionskapitlet. För varje bergsområde inom en region tas lokala transporter upp.

#### Knutpunkter

Sevärdheter, sadelpunkter, stugor, samhällen eller annat som är sevärdheter eller knutpunkter för vandringsleder eller kommunikationer.

#### Sträckor och rutter

Sträckorna är beskrivningar av vandringsleder mellan olika knutpunkter. De ser ut på följande sätt:

- [Markering] *Från - via - till*. (avstånd). Beskrivning.

Rutter motsvarar kedjor av sträckor, dvs hela vandringar. De beskrivs på följande sätt:

- *Antal dagar, svårighetsgrad; Från - via - till*. Beskrivning.

#### Svårighetsgrad

Inga av vandringarna i denna bok är extrema och kräver att man är mycket erfaren. Däremot kan vissa sträckor kräva att man har en viss erfarenhet och fysisk kapacitet. Jag använder följande grader:

- **Lätt.** Alla som överhuvudtaget kan vandra några km klarar av detta. Enkel terräng, lätt att navigera, svaga stigningar och korta avstånd.
- **Svår.** Det är fördel att ha vandrat förut och man bör ha hyfsat god fysik. En vandringsdag på 15-20 km och stigningar på 500-1000 m ska inte vara något problem.

#### Avstånd

Avstånden indikeras med km och/eller timmar. Timmarna är givetvis ungefärliga, men ska motsvara vandring utan avbrott av en medelmåttig vandrare.

# Bilaga 4 – Fakta om Rumänien.


Natur

3


## NATUR

Flera av Europas klimatzoner möts i Rumänien. Detta tillsammans med den varierade topografin ger upphov till en mängfald av biotoper. Naturen i landet är därför en av de artrikaste i hela Europa. Mest anmärkningsvärt är kanske ändå antalet rovdjur och stora skogsområden som ännu inte exploaterats.

**Rovdjur**  
I Rumänien lever Europas tätaste rovdjurstammar. Här finns hela 6000 björnar, 2500 vargar och 1500 lodjur. En av anledningarna till det enorma antalet björnar är att Caucacus fjärrbjörd björnjakt för alla medborgare - utom honom själv.



*Björnpåvar*



| Rovdjur & skog          | Rumänien | Sverige | Europa |
|-------------------------|----------|---------|--------|
| <i>Björnar</i>          | 23 milj. | 9 milj. |        |
| <i>Varg</i>             | *        | 450 000 |        |
| <i>Björnar</i>          | 6 000    | 1 800   |        |
| <i>Vargar</i>           | 2 500    | 70      |        |
| <i>Lodjur</i>           | 1 750    | 1 200   |        |
| <i>Areal skog (km²)</i> |          | 250 000 |        |
| <i>Andel naturskog</i>  | 70 %?    | 10 %?   |        |
| <i>Högsta topp</i>      | 2 544 m  | 2 111 m |        |

\*varav Karpaterna utgör en tredjedel  
Källa: www.Carpathians.org & Naturvårdsverket (2005)

Natur

4

## Skog

Skogarna hör till de största och minst exploaterade i hela Europa. Skogsbruket är på de flesta håll mycket småskaligt och kallhygien är ovanliga. Förutom fantastiska skogar är Karpaterna ett Eldorado för den botaniskt intresserade.

## Karstområden

Karst är benämningen på berg som är rika på grottor, raviner och andra geologiska formationer. Ofta består bergen av kalksten eller annat lösligt material. Karpaterna har karstområdena av världsklass. Mest berömt är Padişplatån (sid xx) men även t. ex. Trascau (sid xx), Suream (sid xx), Hasnas (sid xx) och alla bergen i Banat (sid xx) är paradiset för karstforskaren.

**Om du möter en björn**  
När man vandrar i Rumänien är det inte ovanligt att man ser spår eller spilling efter björn. Däremot är det ovanligt att stå på en björn på nära håll. Risken finns dock alltid, eftersom björnen finns i nästan alla Rumäniens besöksområden och är svårare här än någon annan plats i Europa. Om man inte vill stå på en björn är det bästa skyddet att greja medlen man vandrar. Björnarna har god hörsel och ger sig genast iväg om de hör att en människans närmast sig. Skulle man ändå stå på en björn är det viktigt att man inte böjer ryggen. Detta kan utlösa björnens jaktinstinkt och den springer betydligt snabbare än du. Allt hästen upp i ett höjd är lika meningslöst. Möter du en björn ska du stå stilla och hålla dig lugn. Gör den uppmärksam på din närvaro genom att tala lugnt till den. Rör dig långsamt bakåt utan att vända dig om. Skulle björnen följa efter dig kan du slänga ett plagg på marken. Den kommer då sannolikt att stanse en bit vid plagget för att lukta. Om den mol alla odds anfaller dig, kan du lägga dig i fosterställning med enskilt mot marken och emamma runt huvudet.



*Bolckog*



Kulturarv

7

Detta gav upphov till en enorm variation av olika markslag. De olika markslagen, kantzoner, solitärträden osv ledde till en stor biologisk mångfald. Mycket av dagens naturvårdsarbete i Sverige går t. ex. ut på att bevara resterna av vårt äldre jordbrukslandskap. På de flesta håll i Europa är dessa miljöer idag mycket ovanliga. I Rumänien kan man dock hitta många områden där de är ytterst välbevarade och folket fortfarande använder sig utav de gamla metoderna.

**Jordbrukskollektiv** Under kommunisttiden nationaliserades och rationaliserades stora landområden. Traditionella jordbruksområden fick ge vika för stora, industriella jordbruk. Detta skeddde huvudsakligen på de stora slättområdena. De små jordlätterna ersattes med enorma, kvadratiska fält. Dessa planterades med enskilda grödor eller avsattes för bete. Jordbrukarna samlades på kollektivjordbruket för att som anställda av staten odla de områden som tidigare varit deras egna. Nya bostäder byggdes i anslutning till kollektivjordbruket enligt standardiserade mallar. Man byggde även stora silor, djurstallar och andra byggnader - allt i betong. Stora vägar och riksvägar drogs dit. Inga av dessa byggnader ofta övergivna och i ruiner.

**Modern jordbruk** När konstgödslet och besprutningen infördes och man började odla djurens föder på åkrar, behövdes inte längre hagmarkerna och framför allt inte slätterangarna. Åkrarna tog över och började dominera landskapsbilden. Arkitektur och minskade och ersattes av s.k. monokultur. Giftbesprutning bidrog ytterligare till smala attraktionsområden. Detta har "drabbat" kulturlandskapen i större delen av Europa. I Rumänien pågår moderniseringsen i hög grad, men här fortfarande långt kvar, framför allt i bergstrakterna.

**Systematiseringen**  
Ceausescu planerade att utveckla landet enligt en metod han kallade för Systematizarea. Målet var att effektivisera landets demografi och öka jordbruksarealen. Under 1949-52 genomfördes en storskalig kollektivisering av huvuddelen av jordbruksarealen, dock med bibehållande av privata småbodar och privat husägande. Under 1951-85 byggdes närmare 213 av landsbygdshusen om. Det fanns stora planer på att flytta byar till större orter. 1973 genomfördes systematiseringen i några försöksområden. Byar som ej ansågs ha utvecklingspotentialer skulle elimineras och befolkningen flyttas till större orter. Detta skulle ge mer plats åt jordbruk. Byar i områden med dålig utvecklingspotential flyttades ut för att hjälpa. De byar som utvaldes för detta fick förtur på äldre jordbruksmetoder. Många av dem har idag inte förändrats mycket jämfört med hundre år sedan. Vid Ceausescus fall 1989 var ännu bara en bråkdel av systematiseringen genomförd. Av landets 13000 byar skulle 7000 "försvåriga" byar försämrade och befolkningen flyttas till agrarindustriella komplex. I de flesta av byarna skulle 90-95% av existerande bebyggelse ersättas med höghus. I väntan på ombyggnationen förändrades byarnas existensförhållanden. Utanför en bestämd linje fick varken nybyggnation eller reparation äga rum. Systematiseringen var planerad att fullföras år 2000. Då skulle 11 miljoner människor bliinga lämna sina hem. Den rumänska landsbyggen hade varit helt historielös och förmodligen ha insett att en mer genomgripande förändring av kulturlandskapet än vi någonsin upplevt i Europa under hedobä. Nu drabbades dock bara 4% av landets byar (5004). Huvudsakligen var det de stora slättområdena i syd och väst som drabbades. 1990 fanns 558 agrarindustriella komplex som lagt under sig 90% av slätternas jordbruksarealer. Allt detta för att öka jordbruksarealen med mellan 1 och 4,5%...



*En ekologisk naturpark.*

Kulturarv

8

## Färherdar

På 1100-talet började färherdar från södra Rumänien valla sina får på högre höjd i Sydkarpaterna. De spred sig under medeltiden till alla delar av Karpaterna, hela vägen till dagens Tjeckien. De influerade kulturen på de platser där de slog sig ner. Detta är en av huvudsakliga orsakerna till att man hittar många gemensamma ord, arkitekturstilar mm över hela Karpaterna.

Herdarna röjde skog uppe på bergstopparna för att få fram äggsmarken där deras djur kunde beta. Därför finns det idag gott om gräsängar i bergen även under trädgränsen.

Över allt i de rumänska bergen kan man än idag stöta på färherdar. Deras liv på berget har inte ändrats mycket sedan medeltiden. De övernattar i enkla, knuttrurade stugor. Här finns ingen el och oftast inga vägar. Golvet är jordtrampat och i mitten av stugan finns en eldstad. Liksom på medeltiden arbetar de huvudsakligen med framställning av fåröst, som kallas *branza*.

**Möte med färherde**  
Vi vandrar i utkanten av Retezat. Dimmor sveper över brädtopparna och regnet öser ner. Slagen går långt in i skogen och regnet gör det svårt att gå igenom skogen. Jag ser ett litet klät svans fem meter från lödden. Det är en uggle. Kroppen böjer hölls. Humret gör att man snart gömmer naturens skönhel. Koncentrationen rikas öskäl till ett hitte en plög ett steg upp till på. Det är inte lätt. Menken är rik på stenslutt och skogen är tät. Vi vandrar en linne utan framgång. Huset och omliggande Plosaj hör vi något som skäller ut. Ströklaporna ser vi en grupp hundar som vakter stegen framför oss. Precis när uppvaknaren infinner sig hör vi en vissling. Hundarna rusar iväg. Vi går fram en bit. Stugan öppnar sig och visar en stor hage och en knuttrurad fårvedestuga. Här stugan finns en inhägnad full med får. Skarstenen ryker inbitande. Herden hucer in oss. Genomblås och frusna är vi mycket lyckliga. Vi hänger våra blåa kläder över eldstaden. Herden ger oss några färhålar att vira runt oss. Han ger oss lite varm suppa och ost som han själv älskar. Vi tar fram vårt gästrik och kokar kaffe. Humret är åter på togo. Slagen är mycket enkel. Jordtrampat golv med en eldstad i mitten. Längs väggarna står beklädnads förtä med färhålar. Plögligt hör vi hundarna skälla utanför skogen. Herden fäller tag i en bröståv och rusar ut skidkoden. Jag sticker till huvudet ur dörröppningen och ser en svart stugga föra in bland träden, bara några meter från stugan. Herden kuler åter in i stugan. Med en klistrade handrörelse säger han "Un" - en björn var framme och försökte nå några får. Typiskt Rumänien...

De många rovdjuren utgör ett problem för herdarna, då de ofta river deras får. Herdarna har ingen tillräcklig tillräckligt vapen. Istället använder de hundar till hjälp. Dessa hundar kan vara ett orosmoment för vandraren. Hundarna är tränade för att hålla borta vargar och björnar från flocken och är även aggressiva mot främmande människor. Men de är också tränade till att inte anfälla, eftersom de inte skulle ha någon chans vid en eventuell strid med en björn. Därför är det mycket ovanligt att de anfäller människor. Det kan givetvis ändå kännas läskigt att vandra med en aggressiv hund i hasorna... Går man flera personer bör man hålla ihop, eftersom hundarna är betydligt modigare mot ensamma vandrare. Man bör gå lugnt och försöka ignorera hundarna. De försvarar bara området där deras ägare vallar sina får. Så länge man är utanför det området lämnar hundarna dig i fred. Vill man passera genom området och tycker att hundarna är för otåliga, kan man göra herden uppmärksam på sin närvaro, genom att vissla eller ropa. Herden kommer då att vissla till sig hundarna.

# Bilaga 5 – Praktikaliteter

|   |  |
|---|--|
| <p style="text-align: right;">9</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Praktikaliteter</p> <h2 style="text-align: center;">PRAKTIKALITETER</h2> <p>För många låter de rumänska bergen som ett svårtillgängligt resmål. I själva verket är det dock enkelt och billigt att resa dit och ta sig runt. Flera bergsområden har god infrastruktur för vandrare.</p> <h3>Transport</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Internationellt.</b> Flyg med rumänska flygbolaget Tarom (<a href="http://www.tarom.ro">www.tarom.ro</a>) är hyfsat prisvärda och inkluderar dessutom en inrikesresa med flyg. Flera andra stora flygbolag flyger också till Rumänien. Jag brukar dock flyga med lågprisbolag (<a href="http://www.wizzair.com">www.wizzair.com</a>, <a href="http://www.ryanair.com">www.ryanair.com</a>) till Budapest, varifrån det går nattåg till olika delar av Rumänien. Nattågen är bekväma och billiga. Tågbiljetten kostar ca 400 kr tur/retur. Platsbiljetten från Budapest köpes på tågstationen (Keleti). Vid hemresan från rumänska stad betalar man 20 Euro till konduktören på tåget för att få en sängplats. Besök <a href="http://www.vlak.cz">www.vlak.cz</a> för att söka efter internationella tågtider. Övriga städer som har nattåg till de rumänska bergen är Prag, Wien, Bratislava, Warsava, Krakow, Sofia, Belgrad, m.fl.</li><li>• <b>Inrikes.</b> Rumänien har ett väl utbyggt tågnät. Alla större städer kan man nå med tåg. Mindre orter når man med lokaltåg som går väldigt långsamt. Besök <a href="http://www.cfr.ro">www.cfr.ro</a> för att söka efter inrikesståg. Till byar som saknar tågstation går det ofta bussar. Besök <a href="http://www.autogari.ro">www.autogari.ro</a> för att söka efter inrikesbussar. Att resa inrikes i Rumänien är mycket billigt. En lokal resa på 30 minuter kostar bara några kronor.</li></ul> <h3>Övernattning</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Tält.</b> I utmarker kan man slå upp sitt tält i stort sett var som helst. I nationalparker får man bara tälta på utsatta platser. Utanför nationalparkerna gäller samma villkor som alliansstråmen.</li><li>• <b>Cabana.</b> Motsvarigheten till våra fjällstugor kallas för cabana. De är ofta enkla, men alltid bemannade. Det finns alltid någon form av varm mat, dryck och snacks att köpa. Enligt lag måste stugorna låta dig övernatta där. Finns det inget ledigt rum får man sova på en madrass på loftet eller i värsta fall på golvet inne i restaurangen. Ha därför alltid med sovsäck och liggnunderlag. Vill man garanteras en riktig säng måste man boka i förväg. Kom ihåg att dessa regler gäller för "cabana"-stugor. Hotell, bed &amp; breakfast och pensionat måste bokas om man vill garanteras övernattning. Självt har jag dock aldrig bokat och ändå alltid hittat boende.</li><li>• <b>Pensiunea agroturistica.</b> Övernattning på bondgård. Kostar ofta 50-100 kr/natt/pers och håller god standard. Ofta erbjuds god, hemlagad mat på gården.</li><li>• <b>Kloster.</b> Klosterkulturen är i högsta grad levande i Rumänien. De flesta kloster erbjuder enligt tradition enkel övernattning, mot en frivillig donation. En del erbjuder även lite bekvämare övernattning, vilket brukar kosta runt 70 kr/person/natt, inklusive mat.</li><li>• <b>Hotell.</b> I en del bergsområden finns även vanliga hotell. Dessa ska inte förväxlas med cabanas, eftersom hotellet inte garanterar dig övernattning om du inte har bokat.</li></ul> | <p style="text-align: right;">10</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Praktikaliteter</p> <h3>Pengar</h3> <p>Euros är användbara om man ska åka internationella nattåg. Ofta belara man först ett pris på tågstationen för tågbiljetter och därefter betalar man på tåget ca 10 Euro för själva sovplatsen. Rumänsk valuta kan man växla till sig i Sverige. Ofta har de ingen rumänsk valuta, varför man bör säga till dem i god tid så att de kan beställa hem valutans. Det finns även bankomater i alla större städer. Växelkontor finns i större städer, vid gränser samt i turistorter.</p> <h3>Bränsle till kök</h3> <p>Bränsle får man givetvis inte ta med på flyget. Efter att man landat brukar man dock ha tid till att åka in i centrum och köpa bränsle, innan man åker till tågstationen. Bränsle till spritkök är svårt att hitta. Gas hittar man i friluftsbutiker i större städer. Vanligaste munstycket för gasuber är xx. Friluftsbutiker där man kan köpa gasuber är t.ex. följande:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Prag, Hudy</b> (<a href="http://www.hudy.cz">www.hudy.cz</a>) Zocovská 14, Praha 5. Må-Fre 10-19, Lø 10-14.</li><li>• <b>Bratislava, Alpina.</b> Adress. Öppetider.</li><li>• <b>Budapest, Karakoram,</b> våning 2 i köpcentrat Mamut II. Öppetider.</li><li>• <b>Bukarest, Butik.</b> Butik. Öppetider.</li><li>• <b>Brasov, Butik.</b> Hörnet av rödhustorget. Öppetider.</li><li>• <b>Cluj, Butik.</b> Adress. Öppetider.</li><li>• <b>Sibiu, Butik.</b> Adress. Öppetider.</li></ul> <h3>Kartor</h3> <p>Bra kartor har länge varit ett problem i Rumänien. Den inhemska kartserien Muntii Nostri, som täcker de flesta bergen, har slutat att tryckas och säljas. Idag trycks i Rumänien nya kartor över de mest populära bergen, såsom Brasov, Piatra Craiului, Fagaras och Bihor. Lyckligtvis finns det ungerska företaget Dimap, som trycker mycket bra, nya kartor över ett flertal bergsområden.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Brasov, Cluj, Sibiu, Bukarest m.fl. större städer.</b> Bokhandlar, friluftslivbutiker och turistfaciliteter såsom vandrarhem, kan sälja kartor.</li><li>• <b>Budapest, Butik</b> (bokhandel), adress, öppetider</li><li>• <b>Prag, Kivi</b> (kartbutik), Jungmannova xx, må-fre xx.</li><li>• <b>Dimap.</b> Vill man få tag på Dimap-kartor före avresan kan de beställas på <a href="http://www.dimap.hu">www.dimap.hu</a>.</li><li>• <b>Muntii Nostri.</b> Kan laddas ner från nätet på <a href="http://harti.mtiu.ro">harti.mtiu.ro</a> eller <a href="http://panulescu.de">panulescu.de</a>.</li></ul> <h3>Vandringsleder</h3> <p>Det finns gott om markerade vandringsleder i nästan alla bergsområden. I vissa områden som sällan besöks kan markeringarna dock vara bristfälliga. Om så är fallet kommer det att stå i denna bok vid beskrivningarna av sträckor. Vandringslederna i Rumänien är märkta med symbolerna <b>I</b>, <b>•</b>, <b>+</b> eller <b>▲</b> i antingen röd, blå eller gul färg. Huvudleder är röda linjer (<b>I</b>). Dessa fortsätter ofta till intilliggande bergskammar, vilket gör det möjligt att vandra riktigt långt.</p> |
|---|--|

# Bilaga 6 – Region: Transsylvanska Alperna

11

4 - Transsylvanska Alperna

## 4 - TRANSSYLVANSKA ALPERNA

Landets högsta, mest spektakulära och mest välbesökta område. Här finns en stor variation av fantastisk natur. Det var den franske resenären xxx som vid mötet med Fagaras blev så imponerad att han myntade smeknamnet Transsylvanska Alperna.

|                          |  |    |
|--------------------------|--|----|
| <b>1 Bucegi</b>          |  | 13 |
| <b>2 Piatra Craiului</b> |  | XX |
| <b>3 Iezer Papusa</b>    |  | XX |
| <b>4 Fagaras</b>         |  | XX |
| <b>5 Cozia</b>           |  | XX |
| <b>6 Saxiska byar</b>    |  | 17 |

### Transporter

- **Brasov.** Denna vackra stad är en perfekt utgångspunkt när man ska utforska de Transsylvanska Alperna. Brasov är landets tredje största stad och har mycket goda kommunikationer både inrikes och internationellt. Staden ligger inklämd bland bergen och har gott om butiker som säljer kartor och utrustning för friluftsliv.
- **Bran-dalen.** Denna dal ligger mellan Bucegi och Piatra Craiului och går mellan orterna Bran och Rucar. På kullarna runt dalen ligger pitoreska byar med fantastiska utsikter. Flera bussar passerar dagligen på huvudvägen till Brasov.
- **Prahova-dalen.** I denna dal finns några av landets mest kända turistbyar, såsom *Sinaia* (med det kungliga slottet Peles), *Buzeni* och *Predeal*. Det går flera tåg dagligen mellan Brasov och alla orterna i Prahova-dalen.
- **Fagaras-Sibiu.** Längs med Fagaras-bergens nordsida ligger många byar som är bra utgångspunkter för vandring. De östra byarna når man med buss från staden Fagaras, en stad som för övrigt har en sevärd medeltidsbefästning. De västra når man med lokaltåg eller buss från Sibiu. Detta är en av landets vackraste städer. Man kan också nå Fagaras-bergen söderifrån. Detta är omständigare, men passar de som söker solitud i vildmarken.

### Övernattning

- **Cabana.** Det finns gott om cabanas i Bucegi, Piatra Craiului och Postavaru. Fagaras har också en hel del cabanas, men de flesta ligger nere i dalarna. Det blir således ganska modösamt i vissa delar av Fagaras om man vill vandra på huvudkammen och bara sova på cabanas.
- **Övrigt.** Man kan tälta överallt, förutom innanför nationalparksgränsen i Piatra Craiului och Bucegi. I byarna kring Bran-dalen finns gott om pensiuene agroturistica. I Prahova-dalen hittar man många hotell och även bed & breakfast.

12

4 - Transsylvanska Alperna

### Racadaubjörnarna

Racadau är en förort till Brasov belägen i en dal. Längst in i dalen finns några soptunnor som varje natt besöks av björnar som kommer in från de omgivande skogarna för att leta mat bland soporna. På dagtid kan man finne björnapilning på barnens lekplatser i området. Vill man se björnar kan man ta en taxi dit runt midnatt. OBS: stanna i bilen. Många går ut och malar björnar, men det är inte nödvändigt. Dessutom bidrar det till att göra björnarna mindre skygga mot människor.

*Brasov*


### Kartor

Köpes på bokhandlar i Brasov eller Sibiu. Bucegi kan man även köpa i Busteni & Sinaia. Dimap har en karta som täcker både Bucegi, Piatra Craiului och Postavaru. Sedan finns ett flertal olika rumänska kartor att köpa över de enskilda bergsområdena.

# Bilaga 7 – Bucegi-bergen (i regionen Transsylvanska Alpena)

13

4 - Bucegi



## Bucegi

Rumäniens mest välbesökta bergsområde och ett av de få med en välutbyggd infrastruktur för turism. Här finns en mycket spektakulär topografi. Klipporna som reser sig bakom Busteni är Europas högsta konglomeratklippor. De flesta turister tar linbanan upp från Busteni eller Sinaia till den alpina högplatån. Utsiktarna från linbanan är fantastiska. Dock är den alpina högplatån inget för vildmarksälskaren. Här finns trängsel bland turister, bilvägar som orsakat erosion och betonghus som ibland dånar av teknomusik. Lämnar man detta område möts man istället av en varierad, fantastisk vildmark. I de norra delarna finns dramatiska klippor och vackra bergsskogar. I sydväst möter man solitud i vildmarken. Väster om Bucegi ligger pittoreska bondbyar på hög höjd. Dessa är centrum för landets agrarturism.


14

Övernattning

- **Fält:** Bucegi är nationalpark och tätning är endast tillåtet i anslutning till stugorna. Utanför nationalparkens gränser går det bra att fälta.
- **Cabanas.** Det finns gott om cabanas, främst i de västra delarna.
- **Övrigt:** I byarna runt Bran-dalen finns många pensiuine agronomice. I Prahova-dalens turistorter finns många hotell, men även enklare bed & breakfast.

### Knutpunkter och sevärdheter

- **Cabana Omu.** Stugan ligger på 2500 m höjd och är den högst belägna i landet. Detta är en klassisk Cabana. Här finns ingen ström, men stugan värms upp av gas. Från Omu går massvis av vandringsleder till alla delar av Bucegi.
- **Hotell Pestera.** Linbana till Cabana Babele.
- **Busteni.** Mysig by som blivit turistort. Bakom Busteni reser sig Europas högsta konglomeratklippor. Här finns linbana upp till Cabana Babele.
- **Sinaia.** Turistort som är känd för det kungliga slottet *Castelul Peles*. Här går linbana till Cabana Miorita.
- **Fundata, Moieciu de Sus, Simon, Cheia.** Mysiga bondbyar på hög höjd. Som kuliss bakom byarna reser sig Bucegis mäktiga klippor.
- **Strunga.** Topp i sydväst, varifrån man kan vandra till Bran-dalen eller Leaota-bergen.
- **Gaura.** Gräsäng med en färherdestuga.




Fj vidsträkt, i närheten av Cabana Omu.

15

4 - Bucegi

### Vandringssträckor

- **■ Bran - Cabana Omu (norra)** (6 timmar) Detta är den vanligaste och mest lättvandrade stigen mellan Bran och Cabana Omu. Stigen går först genom skogen. På högre höjd vandrar man uppe på bergsskummen istället för nere i dalen.
- **◆ Bran - Cabana Omu (södra)** (8 timmar). När man når det alpina området kommer man till vattenfall och ravin. Därefter genom en mäktig dal med spektakulära klippformationer.
- **■ Cabana Omu - Strunga - Cabana Padina** (5-6 timmar).
- **■ Cabana Padina - Strunga - Fundata** (6 timmar).
- **◆ Strunga - Moieciu de Sus** (0).
- **▲ Busteni - Valea Cerbului** (2-3 timmar). Den mest svårvandrade och vildmarksartade sträckan från Bucegi till Valea Cerbului.
- **▲ Valea Cerbului - Cabana Malaesti** (4 timmar). Ett av Bucegis vildaste och mest spektakulära avsnitt. Går genom bergsskogar med mycket imponerande vyer mot dramatiska klippformationer.
- **■ Valea Cerbului - Cabana Omu.** Leden går genom dalen Valea Cerbului, som är en av de största och finaste dalarna i Bucegi.
- **■ Cabana Omu - Cabana Babele - Cabana Miorita.** Leden går över den alpina högplatån. Härifrån har man vidsträckt vy över omgivande berg. Området är dock väldigt exploaterat. Här finns linbanestationer och det blir lätt trängsel med andra turister. Det finns gott om stora stugor som spelar hög musik. Grusvägar som är farbara för bilar har orsakat stora erosionskador. Detta är den minst vildmarksbetonade delen av Bucegi.
- **■ Fredeal - Cabana Diham - Cabana Poiana Izvorului** (4-5 timmar).
- **◆ Azuga - Cabana Diham** (3 timmar). Till en börjar vandrar man längs en bäck genom bokskog. Efter ett tag stiger leden brant upp genom bokskogen, tills man når en äng. Här får man en mäktig utsikt mot Bucegis klippor. Sedan kommer man till Cabana Vinatorilor de Mumie. Detta är ingen klassisk cabana som garanterar övernattnin. De serverar dock mat. Härifrån kan man antingen fortsätta till Cabana Diham, eller ta en genväg till Cabana Poiana Izvorului, markerad med **+**. Markeringarna på genvägen är bristfälliga, men med hjälp av kartan hittar man utan större problem.
- **▲ Simon - Gaura** (0).
- **■ Simon - Strunga** (0).
- **■ Busteni - Cabana Poiana Izvorului** (0) En lättvandrad sträcka genom bokskog.
- **■ Cabana Omu - Hotell Pestera** (0). Leden går genom den vackra Iamlomita-dalen. Den övre delen är tydligt U-formad, vilket har orsakats av tidigare glaciärer. På vägen passerar man ett par vattenfall. Stigen går på ett ställe genom ett fält av stora stenbumlingar, med med vassa kanter och skinnrande material.



### Rutförslag

- **5 dagar svår:** **■/◆ Bran - Cabana Omu - ■ Cabana Malaesti - ▲ Valea Cerbului - ■ Cabana Omu - ■ Hotell Pestera - ■ Cabana Padina - Strunga - Fundata.** Börja i Bran. Övernatta i 1. Omu - 2. Poiana Izvorului - 3. Omu - 4. tälta väster om Strunga - 5. pensiuine agronomice i Fundata. Följ sedan grusvägen från Fundata till stora vägen, där bussar går till Brasov. Härifrån kan man även vandra vidare till Pietra Craiului (se sid xx). Vill man inte tälta vid Strunga den fjärde natten, kan man övernatta på Cabana Padina istället.

## Bilaga 8 – Webbsidans startside.



Karpaterna | Information | Bilder | Publikationer

# Välkommen!

Denna sida handlar om Karpaterna, en av Europas största och vackraste bergskedjor.

Här finner du bilder från olika delar av Karpaterna samt aktuell information om kartor, vandringsleder, stugor mm.

[www.karpaterna.se](http://www.karpaterna.se) är ett projekt som syftar till att publicera artiklar och böcker om vandring i Karpaterna. I framtiden kommer projektet förhoppningsvis att utvidgas till att även omfatta ekoturismresor.

[info@karpaterna.se](mailto:info@karpaterna.se)

