



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

**Masteroppgave 2019 30 stp**

Fakultet for miljøvitenskap og naturforvaltning

## **"I prinsippet så er jo det friluftsliv"**

En kvalitativ undersøkelse om  
bruken av begrepet friluftsliv i naturbasert reiseliv

**Endre Hovland**

Naturbasert reiseliv



En kvalitativ undersøkelse om  
bruken av begrepet friluftsliv i naturbasert reiseliv



- Siv Hanne Kjærland

Master i naturbasert reiseliv

Endre Hovland

2019



## Sammendrag

Denne masteroppgaven tar for seg bruken, og fraværet av bruken av begrepet friluftsliv i markedsføringen av naturbasert reiseliv. Seks bedrifter er intervjuet for å se på hvordan begrepet friluftsliv blir forstått fra et bedriftsperspektiv, og begrunnelsen for at noen bruker begrepet friluftsliv og andre ikke. Oppgaven spør seg også hvorvidt bruken av begrepet friluftsliv kan kobles til kundegruppene til bedriftene, og om det eksisterer et spenningsforhold mellom reiseliv og friluftsliv.

Avklaringer av sentrale begreper som naturbasert reiseliv og friluftsliv inngår som en del av det teoretiske rammeverket for oppgaven. Samt en gjennomgang av sentrale tekster som tar opp forholdet mellom reiseliv og friluftsliv.

Det er gjennomført seks semi-strukturerte intervju av naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Disse bedriftene er valgt ut med utgangspunkt i en landsdekkende bedriftsundersøkelse gjort for forskningsprosjektet Biotour. I den forbindelse er 596 bedrifter gjennomgått.

Resultatene av undersøkelsen blir lagt frem ved å vise til uttalelser som er med på å belyse problemstillingene. Dette blir koblet opp mot de begrepsavklaringene og den litteraturen det er vist til.

Undersøkelsen finner at det ikke er noe sterkt skille i forståelsen av friluftsliv i bedrifter som bruker begrepet friluftsliv og de som ikke bruker begrepet i sin markedsføring. Det blir derimot klart at bedriftene har en klar forståelse av hva de mener friluftsliv er. På tross av at bedriftene har en klar forståelse av friluftsliv er de ikke bevisst sin bruk eller fravær av bruk. Det avdekkes også at det finnes flere tekster som bygger opp om et spenningsforhold mellom reiseliv og friluftsliv, og at flere av bedriftene også viser til et slikt spenningsforhold.

**Nøkkelord:** Friluftsliv, reiseliv, naturbasert reiseliv, naturbasert turisme, adventure tourism, slow adventure, soft adventure

## Abstract

This master thesis deals with the use and absence of use of the term "friluftsliv" in the marketing of nature-based tourism. Six companies are interviewed to look at how the concept of "friluftsliv" is understood from a business perspective, and the reason why someone uses the term "friluftsliv" and others not. The thesis also asks whether the use of the term "friluftsliv" can be linked to the customer groups of the companies, and whether there is a tension in the relationship between tourism and "friluftsliv".

Clarification of key concepts such as nature-based tourism and "friluftsliv" are included as part of the theoretical framework for the thesis. As well as review of key texts that address the relationship between tourism and "friluftsliv".

Six semi-structured interviews of nature-based tourism companies have been conducted. These companies have been selected based on a nationwide company survey done for the research project Biotour. In this connection, 596 companies have been reviewed.

The results of the survey are presented by referring to statements that help to highlight the issues. This is linked to the framework and the literature to which it is shown.

The study finds that there is no strong distinction in the understanding of "friluftsliv" between companies that use the term "friluftsliv", and those who do not use the term in their marketing. It is however evident that the companies have a clear impression of what "friluftsliv" is. Despite the fact that the companies have a clear impression of "friluftsliv", they are not aware of their use or absence of use of the term. The thesis also discover that there are several texts that underpin a tension in the relationship between tourism and "friluftsliv". Several companies also point to a tension in this relationship.

**Key words:** Friluftsliv, tourism, nature-based tourism, nature tourism, adventure tourism, slow adventure, soft adventure

## Forord

Noe av det første man gjør som fersk student på studiet naturbasert reiseliv er å besøke reiselivsbedrifter og forvaltere i Hallingdal. På den måten blir man raskt kjent med bransjen og de problemstillingene som studiet tar for seg. I løpet av den uken gjorde vi studenter aktiviteter jeg ville omtalt som friluftsliv. Etterhvert som felt-ukene gikk mot slutten ble jeg klar over at selv om aktivitetene tilsvarte de jeg hadde vært borti før, var det ingen som snakket om friluftsliv. Verken reiselivsbedriftene eller forvalterne brukte begrepet. Vi gjorde friluftsliv, men ingen snakket om det. Denne erfaringen har fulgt meg gjennom to år med studier her ved NMBU, og har vært drivkraften i arbeidet med denne masteroppgaven. Arbeidet har foregått fra januar til mai 2019 og er avsluttende for mine to år på masterprogrammet naturbasert reiseliv.

I forbindelse med arbeidet har jeg fått hjelp fra flere som må takkes. Takk til Forskningsprosjektet Biotour som har gitt meg tilgang på deres liste over naturbaserte reiselivsbedrifter. Takk til biblioteket ved NMBU som har funnet alt av tekster jeg har hatt behov for. Takk til hovedveileder Peter Fredman og biveileder Thomas Vold. Deres engasjement for oppgaven har vært en velsignelse. Peter sin rettleiding har gitt arbeidet en rød tråd fra starten av og Thomas har vist meg viktigheten av å løfte frem mine resultater. Takk til informantene som har gitt av sin tid i en travel hverdag.

Takk til Siv Hanne Kjærland for illustrasjon til forside. Takk til Marit Fosse og Tonje Cecilie Stordalen for gjennomlesning, korrektur, og faglige tilbakemeldinger. Takk til mor og far, som har ringt hver uke for å høre hvordan det går.

Til slutt vil jeg takke Ingvild. Du har vært min støtte, hver dag, gjennom hele arbeidet.

---

Endre Hovland, Ås, 15. mai 2019



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet



# Innhold

|     |                                                                                                                                                    |    |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1   | Innledning .....                                                                                                                                   | 1  |
| 1.1 | Problemstilling .....                                                                                                                              | 3  |
| 1.2 | Oppbygning .....                                                                                                                                   | 4  |
| 2   | Begrepsavklaringer .....                                                                                                                           | 5  |
| 2.1 | Friluftsliv .....                                                                                                                                  | 5  |
| 2.2 | Naturbasert reiseliv .....                                                                                                                         | 10 |
| 2.3 | Økoturisme .....                                                                                                                                   | 13 |
| 2.4 | Adventure tourism .....                                                                                                                            | 14 |
| 3   | Reiseliv og friluftsliv .....                                                                                                                      | 16 |
| 3.1 | Den radikale dypøkologiske bevegelsen .....                                                                                                        | 16 |
| 3.2 | Stortingsmeldinger .....                                                                                                                           | 18 |
| 3.3 | Hva sier forskningen om forholdet reiseliv-friluftsliv .....                                                                                       | 21 |
| 3.4 | Svensk tilnærming .....                                                                                                                            | 23 |
| 4   | Metode .....                                                                                                                                       | 26 |
| 4.1 | Semi-strukturerte intervjuer .....                                                                                                                 | 26 |
| 4.2 | Intervjuguide .....                                                                                                                                | 27 |
| 4.3 | Utvalg .....                                                                                                                                       | 29 |
| 4.4 | Gjennomføring av intervju .....                                                                                                                    | 33 |
| 4.5 | Om bedriftene .....                                                                                                                                | 35 |
| 4.6 | Om informantene .....                                                                                                                              | 36 |
| 4.7 | Anonymisering .....                                                                                                                                | 37 |
| 4.8 | Dataanalyse .....                                                                                                                                  | 38 |
| 4.9 | Hermeneutikk .....                                                                                                                                 | 39 |
| 5   | Resultater .....                                                                                                                                   | 40 |
| 5.1 | Hvilken mening ilegges begrepet friluftsliv? .....                                                                                                 | 40 |
| 5.2 | Definisjon av begrepet friluftsliv .....                                                                                                           | 43 |
| 5.3 | Begrunnelse for begrepsbruk .....                                                                                                                  | 46 |
| 5.4 | Kundene til bedriftene .....                                                                                                                       | 51 |
| 5.5 | Konflikt i forholdet mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv? .....                                                                             | 54 |
| 6   | Diskusjon .....                                                                                                                                    | 57 |
| 6.1 | Hvilken mening og definisjon legger bedriftene i begrepet friluftsliv? .....                                                                       | 57 |
| 6.2 | Hvorfor/hvorfor ikke blir begrepet friluftsliv brukt? .....                                                                                        | 60 |
| 6.3 | Har begrepsbruken en direkte sammenheng med bedriftens kundegruppe? .....                                                                          | 63 |
| 6.4 | Finnes det et spenningsforhold mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv? .....                                                                   | 64 |
| 6.5 | Hvilken begrunnelse har bedrifter innenfor naturbasert reiseliv for sin bruk, eller fravær av bruk, av begrepet friluftsliv i markedsføring? ..... | 65 |
| 6.6 | Pålitelighet, gyldighet, og erfaring .....                                                                                                         | 67 |
| 6.7 | Hva betyr det for videre forskning .....                                                                                                           | 68 |
| 7   | Konklusjon .....                                                                                                                                   | 70 |
| 8   | Referanser .....                                                                                                                                   | 72 |
| 8.1 | Figurliste .....                                                                                                                                   | 76 |
| 9   | Appendiks .....                                                                                                                                    | 77 |
| 9.1 | Intervjuguide (Friluftsliv) .....                                                                                                                  | 77 |
| 9.2 | Intervjuguide (Uten friluftsliv) .....                                                                                                             | 79 |
| 9.3 | Samtykkeerklæring .....                                                                                                                            | 81 |



# 1 Innledning

Friluftslivets historie i Norge har sin spede begynnelse fra midten av 1800-tallet (Odden, 2008, s. 165). Den aktiviteten som senere skal bli omtalt som friluftsliv, blir på 1800-tallet omtalt som turisme (Tordsson, 2003, 92). Det er fasinasjonen for den norske naturen som fikk borgerskapet til å reise til fjellet i fritiden, og 1868 blir Den Norske Turistforening etablert (Odden, s. 2008, s. 167). Dette gjør at arbeidet for å fremme friluftslivet blir mer systematisert. Navnet på organisasjonen viser bruken av begrepet turist fremfor friluftsliv. Begrepene har en historisk kobling, og et felles grunnlag i naturen. Tordsson (2003, s. 97-99) drøfter om turistenes reiser på 1800-tallet kan betegnes som friluftsliv. Ved å se på motivene til disse turistene hevder Tordsson at det er grunn til å tro at de ikke drev med friluftsliv fordi de manglet "de grunnleggende koder for å erfare, fortolke og kategorisere livet i naturen, som står fundamentalt i friluftslivet". Selv om fenomenene naturbasert reiseliv og friluftsliv har naturen som grunnlag er ikke dette nok til å la dem overlappe ifølge Tordsson. Sörlin og Sandell (2008, s. 259) har sammenfattet den svenske friluftslivshistorien. De deler den historien i fire perioder. Den perioden som er gjeldende nå kjennetegnes ved opplevelsesmaksimering og få begrensninger for ressursbruken til friluftslivsutøveren. Til forskjell fra tidligere i friluftslivshistorien, så er det i dag få begrensninger på hvilke aktiviteter som kan inngå som friluftsliv, og det er få begrensninger på hvor friluftslivet kan utøves. Disse betraktningene samsvarer også med det Odden (2008, s.269-279) finner, som også ser en utvikling der begrensningene blir færre i friluftslivsutøvelsen. I 2003 kommer Finanskomiteen på Stortinget med det som senere har blitt omtalt som «Fjellteksten». Der åpnes det for kommersiell virksomhet i nasjonalparker, og det oppfordres til å legge til rette for reiseliv i tilknytning til vernet norsk natur. Dette betyr at begrensningene ikke bare er færre for friluftslivsutøverne, det er heller ikke lengre begrensninger for reiselivsnæringen. Margaryan og Fredman (2017) har tatt for seg fenomenet outdoor recreation. De viser til en økende grad av kommersialisering. På tross av et mangfold av definisjoner mener de det er overlapp mellom outdoor recreation, naturbasert reiseliv og friluftsliv. Når Elmahdy et al. (2017, s. 25) tar for seg megatrender innen naturbasert reiseliv finner de at urbanisering fører til at mennesker ønsker å søke tilbake til naturen. Konsekvensene av dette vil igjen kunne gi seg gjeldende i en økende etterspørsel etter naturbaserte reiselivsprodukter. Innovasjon Norge (2018, s.4) melder om at 2017 var nok et rekordår for norsk reiseliv. De uttaler at det er natur som blir vektlagt når turistene, både norske og utenlandske, reiser til og innad i Norge. De er tydelige på at når Norge skal markedsføres er det blant annet mot personer som er interessert i

friluftsliv (s.82). I 2017 fikk reiselivsnæringen et *Veikart for bærekraftig reiseliv* som var utviklet av næringen og miljøvernorganisasjoner. Her blir friluftsliv løftet opp som en sentral del av opplevelsene som skal tilbys i Norge. Videre konstateres det at reiselivsnæringen må øke bevisstheten rundt "friluftslivsopplevelser som et unikt reiselivsprodukt" (De historiske m.f., 2017, s. 14).

Internasjonalt så har begrepet friluftsliv vekket interesse hos reiselivsnæringen. Blant annet har begrepet slow adventure blitt introdusert som en del av fenomenet "slow movement". Her har formålet vært å senke tempoet for å kunne oppleve mer (Varley og Semple, 2015, s.85-86). Reiselivsnæringen har med dette latt seg inspirere av friluftslivstradisjonen i utviklingen av nye produkter.

Forholdet mellom reiseliv og friluftsliv er drøftet i noen grad i en norsk kontekst. Blant annet er det tatt opp i ulike Stortingsmeldinger (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Klima- og miljødepartementet, 2016; Miljøverndepartementet, 2001; Miljøverndepartementet, 1987; Samferdselsdepartementet, 1987;). Her blir fenomenene omtalt, men uten noen klar redegjørelse av hvorvidt de overlapper eller skiller seg fra hverandre. Fra et friluftslivsperspektiv har man vært kritisk til reiselivsnæringen og utviklingen av kommersielle produkter i tilknytning til friluftsliv (Kvaløy, 1968; Faarlund, 1977a).

Fredman og Tyrväinen (2010, s.186) har tatt for seg forskningen på naturbasert reiseliv i en nordisk kontekst. De konkluderer med at turistens motivasjoner og bærekraft er godt dekket, men på tilbudssiden er det mangelfullt. Kunnskapen vår om de naturbaserte reiselivsbedriftene er ikke god nok. Et kjapt søk etter friluftsliv hos reiselivsbedrifter i Norge viser at få bruker dette begrepet for å beskrive virksomheten sin. Samtidig finnes det ingen oversikt over akkurat dette, det blir dermed bare en antakelse.

Både naturbasert reiseliv og friluftsliv har samme grunnlaget i naturen. Begge fenomenene ser ut til å utvikle seg i en mer kommersiell retning, og i internasjonal sammenheng har reiselivsnæringen latt seg inspirere av friluftsliv. Samtidig viser både forskningslitteratur og stortingsmeldinger at forholdet mellom reiseliv og friluftsliv ikke er tydeliggjort. Det ser ut til at få naturbaserte reiselivsbedrifter bruker begrepet friluftsliv. Kunnskapen om naturbaserte reiselivsbedrifter er heller ikke god nok. Med dette som utgangspunkt stiller oppgaven følgende problemstilling.

## 1.1 Problemstilling

**Hvilken begrunnelse har bedrifter innenfor naturbasert reiseliv for sin bruk, eller fravær av bruk, av begrepet friluftsliv i markedsføring?**

Problemstillingen tar for seg begrunnelse som premiss for oppgaven. I dette ligger det et mål om å søke bedriftenes forståelse, og deretter begrunnelse for sin begrepsbruk. Dette gjøres ved å ta for seg det bedriftene gjør, og det bedriftene sier at de gjør. Bedriftene er virksomheter som faller inn under den naturbasert reiselivsnæringen, her utdypes begrepsbruken senere. Begrepet friluftsliv er grunnlaget for hele undersøkelsen. Også dette begrepet utdypes senere. Det er gjennomført et omfattende strategisk utvalg for undersøkelsen der begrepsbruk i markedsføring er grunnlaget for det endelige utvalget. Her blir altså begrepet markedsføring benyttet som en avgrensning av problemstillingen.

Til problemstillingen er det også fire underproblemstillinger. Av underproblemstillingene er de tre første konkrete og peker på problemstillingen. Det siste spørsmålet blir utdypet mot slutten av avsnittet.

Hvilken mening og definisjon legger bedriftene i begrepet friluftsliv?

Hvorfor/hvorfor ikke blir begrepet friluftsliv brukt?

Har begrepsbruken en direkte sammenheng med bedriftens kundegruppe?

Finnes det et spenningsforhold mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv?

De første tre spørsmålene tar for seg det jeg kaller «hva dem sier at dem gjør, og hva dem faktisk gjør». Spørsmålene i intervjuguiden skal være med å avdekke hvilken mening og definisjon som bedriftene legger til grunn. Dette gjøres ved å bryte opp allerede kjente definisjoner på friluftsliv til spørsmål som skal gi konkrete svar, og på den måten gå inn bak ordene og presentasjonen av bedriften, til de faktiske handlingene som bedriften står for. Intervjuguiden skal også henvende seg direkte til bedriftene og spør hva de selv ønsker å uttale om definisjoner og meninger som bedriften kan ha. Her blir det spurt direkte om definisjoner, men også om kundene som bedriften har og hvilket syn bedriften har på dem.

Det siste underspørsmålet kommer av tidligere erfaring. Ettersom problemstillingen har vært i tankene mine de siste årene, har jeg benyttet anledningen til å konfrontere fagfolk innenfor naturbasert reiseliv og friluftsliv for å høre hva de synes. Samtlige av dem har trukket frem det de ser på som en iboende konflikt mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv. Jeg mener det dermed er viktig å få med. Det som i utgangspunktet ble uttrykt som en konflikt, har jeg skalert ned til spenningsforhold i underproblemstillingen. I intervjuguiden blir begrepet konflikt anvendt, men det viste seg å ikke være dekkende for svarene som ble gitt. Ved å bruke begrepet spenningsforhold er det mulig å drøfte flere sider ved de besvarelsene som informantene kommer med.

## **1.2 Oppbygning**

Oppgaven avklarer først sentrale begreper. Her er det viet stor plass til spesielt naturbasert reiseliv og friluftsliv, ettersom disse begrepene er sentrale for å besvare problemstillingen inngår begrepsavklaringen som en del av det teoretiske rammeverket. Videre følger en redegjørelse av ulike tekster om reiseliv og friluftsliv. Deretter blir metodikken for undersøkelsen gjennomgått. Her er det viet stor plass til oppbygning og gjennomføring av intervjuene samt utvalget som er gjort. Resultatene presenteres tematisk og introduserer leseren for de utvalgte bedriftene fortløpende. De resultatene som er funnet blir videre drøftet. Til slutt konkluderes problemstillingene.

## 2 Begrepsavklaringer

Flere begreper er sentralt å løfte frem i forbindelse med oppgaven. Noen krever en lengre redegjørelse på bakgrunn av hvor viktige de er i problemstillingen, mens andre begreper krever bare en kort redegjørelse for drøftingen av resultatene. Med bakgrunn i oppgavens karakter og problemstilling er begrepsavklaringen en sentral del i det teoretiske rammeverket for oppgaven. Det blir dermed viet stor plass.

### 2.1 Friluftsliv

I denne oppgaven vil det ikke bli gjort noe forsøk på å avklare friluftslivets egenart, men på grunn av oppgavens natur vil det være sentralt å se nærmere på begrepet friluftsliv.

Friluftslivsforskningen i Norge har en historie som strekker seg flere tiår bakover. Den er preget av å være båret av mennesker som er genuint interessert i friluftsliv, men dette har også ført til at forskningen har vært fragmentert og lite strukturert. Ulike definisjoner er blitt tatt i bruk av ulike miljøer, og har ulike motiver. For å analysere bruken av begrepet friluftsliv til informantene senere i oppgaven er det derfor sentralt ta for seg de ulike meningene knyttet til akkurat dette begrepet. Den offentlige definisjonen på friluftsliv, som har vært i bruk siden 1973 da den ble brukt i en spesialanalyse fra Finansdepartementet (s.11), står sentralt i intervjuguiden. Den lyder: "(F)riluftsliv som opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse." Men siden intervjuguiden også spør om informantenes definisjon av begrepet friluftsliv vil deres oppfatninger av hva friluftsliv er, bli drøftet i oppgaven. Dette gjøres for lettere å kunne identifisere ulike forståelser av friluftsliv. I stedet for å avklare friluftslivets egenart vil oppgaven ta for seg mangfoldet som begrepet rommer, og avdekke noen spenningsforhold som oppstår ved bruken av begrepet.

#### 2.1.1 Friluftsliv som en tidløs tradisjon

Høsten 2018 pågikk det en debatt omkring hva friluftslivs-begrepet skulle favne, etter at flere bloggere hadde diskutert hvorvidt bilder av pent pyntede bilder av lettkledde damer var uttrykk for friluftsliv. Førstelektor i friluftsliv ved Universitetet i Sør-Øst Norge André Horgen (2018) kom i den forbindelse med innlegget "De som hevder at «vår friluftslivs-kultur» refererer til en tidløs tradisjon, bør ikke tas på alvor.". I innlegget tar han for seg ulike kulturelle svingninger i debatten om hva friluftsliv er, eller bør være. Poenget til Horgen er at man må være kritisk til tanken om at en form for friluftsliv, eller en bestemt definisjon er den eneste gjeldende.

«Ja visst er det elementer man kan like og mislike, irritere seg over og glede seg over, men friluftsliv er ikke "noe annet" enn de fortellingene om innhold, verdier og mening mennesker har knyttet til begrepet. Folks måter å dra på tur på har alltid og vil alltid være i endring, enten man snakker om det som turisme, idrett, sport eller friluftsliv.» (Horgen, 18.10.2018)

I dette tilfellet gjaldt diskusjonen på et allment plan, og foregikk på sosiale medier, så vel som i aviser og noen tidsskrifter. Hvis vi tar steget inn i academia vil det være hensiktsmessig med en definisjon, men også en drøfting av ulike definisjoner. For; for slik som Horgen tar opp, har det vært, og er fremdeles, uenighet om hvordan begrepet friluftsliv skal defineres.

Tordsson (2010, s.14) skriver at friluftsliv er ladet av ideologi. En må skille mellom hva det er og hva det bør være. En må også underbygge standpunktene og akseptere de ulike synspunktene som finnes. I Tordsson (2003, s.11) sin doktorgradsavhandling *Å svare på naturens åpne tiltale* beskriver han at friluftsliv, med alle dens definisjoner, kan forstås som en diskurs. På den måten unngår man det han omtaler som "essensialisme", der definisjonen vil forenkle et stort tema, og på den måten søke etter det som gjør friluftsliv til friluftsliv. For å gi et innblikk i mangfoldet av definisjoner vil jeg videre vise til noen av de mer sentrale.

### **2.1.2 To ulike definisjoner av friluftsliv**

Odden (2008, s.24-25) deler inn i to tilnærminger til begrepet friluftsliv. Han viser til et sterkt engasjement fra det han omtaler som det radikale dypøkologiske miljøet, som på 1970-tallet arbeidet hardt for å definere begrepet. Her finner vi navn som Nils Faarlund, Sigmund Kvaløy og Gunnar Repp. Definisjonen som Faarlund (2003 s.32) tar i bruk i 1973, samme år som den offisielle definisjonen kommer på trykk, har ordlyden: "Friluftsliv er overskuddsliv i naturen". Denne definisjonen har sitt utgangspunkt i menneskets opprinnelige kontakt med naturen, som det moderne samfunn er med på å skille oss fra. Friluftsliv blir sett på som en vei tilbake til naturen, og som en motreaksjon til det Faarlund (2003, s.32) omtaler som teknosamfunnet. Faarlund (2003) viser til Nansen (1962, s.174-176) som skriver i boken *Eventyrlyst* om de store endringene i friluftslivet gjennom hans levetid. Ungdommen hadde, ifølge Nansen, det mye bedre i 1921 enn da han selv vokste opp. Samtidig påpeker han en utvikling med idrettspreget aktivitet og omfattende tilrettelegging av natur, noe han beskriver slik: "Dette bylivet er nå engang unatur". Bylivet har gjort mennesket avhengig av komfort, noe vi tar med oss ut i møte med friluftslivet, og friluftsliv blir bare en "...ny form for selskapelighet sommer som vinter..." (Nansen, 1962, s.174-176). Faarlund (2003, s.21) mener at Nansen ser

friluftsliv som noe mer enn bare rekreasjon. Dette er et av kjernemomentene til det radikale dypøkologiske miljøet, at friluftsliv er noe mer enn bare rekreasjonen i seg selv. Som en definisjon for å måle et fenomen vil definisjonen; overskuddsliv i naturen, være utfordrende. Definisjonen og tankene som Faarlund har presentert gjennom sitt arbeid står sterkt i Norsk friluftslivstradisjon. Den er dermed viktig å ha med, og er aktuell i drøftingen av bedriftenes bruk av begrepet friluftsliv.

Som en motsats til denne bevegelsen mener Odden at det finnes en forvaltnings-rettet definisjon på friluftsliv ved blant annet å vise til Norsk institutt for naturforskning (NINA). NINA startet aktivt med forskning på friluftsliv i 1989 og tok i hovedsak oppdrag fra den norske stat. De valgte å bruke en egen definisjon på friluftsliv som lød "Friluftsliv er fritidsbruk av natur" (Kaltenborn, 1993, s.4). Denne definisjonen fokuserte på friluftsliv som en form for rekreasjon, og i Kaltenborn sin redegjørelse for definisjonen vises det til internasjonal rekreasjonsforskning. Odden (2008, s.25) ser denne definisjonen som en svært vid forståelse av friluftsliv. Ifølge ham vil det være en god definisjon for å favne et bredt spekter av aktiviteter i Norge, og for å se utviklingstrekk over lengre tid. Men den problematiske siden ved denne definisjonen, er ifølge Odden (2008, s.25) at "... både den fysiske samhandlingen med naturen og fokuset på miljøforandring og naturopplevelse alltid vært sentrale deler av friluftslivet" og viser til Tordsson (2003, s. 388-437).

### **2.1.3 Den offisielle definisjonen av friluftsliv**

Det også blant definisjonene som er forvaltnings-rettet at vi finner den offisielle definisjonen. Denne definisjonen kommer først på trykk i Finansdepartementet sin spesialanalyse. Dette var et vedlegg til Stortingsmelding 71 for 1972-1973. Målet den gangen var å få en klarhet i friluftslivspolitikken som skulle føres. Utviklingen av det moderne samfunn førte med seg uheldige konsekvenser for mennesket. Friluftsliv ble sett på som et viktig folkehelseiltak, et område som staten burde gripe inn i og støtte. Den offisielle definisjonen på friluftsliv brukes fremdeles, noe som er fastslått i Stortingsmeldinger om friluftsliv i 1987, 2001, og 2016 (Klima- og miljødepartementet, 2016; Miljøverndepartementet, 2001; Miljøverndepartementet, 1987). Etter en kjennelse i Høyesterett fra 1973 (RT-1973-869) ble det også avklart at motorferdsel ikke kan sees på som friluftsliv av forvaltningen. Her kan det sies å ha skjedd en utvikling. I 2017 ble det ved en forskriftsendring åpnet for bruk av elsykkel i utmark. Uttalelsen fra den gang Klima- og miljøminister Vidar Helgesen var at

"Det absolutte forbudet mot el-sykler i utmark har likevel etter regjeringens syn vært unødvendig strengt." (Klima- og miljødepartementet, 2017).

#### **2.1.4 Friluftsliv som relasjonelt begrep**

Pedersen (1999) tar for seg friluftsliv og kjønn i sin doktoravhandling *Det har bare vært naturlig*. Hun redegjør for flere av de etablerte friluftslivsdefinisjonene, og ulike forståelser av begrepet. Pedersen (1999, s.18) spør seg "Hva slags relasjoner er det mellom forskjellige måter å leve og oppleve friluftsliv på?". På den måten leter Pedersen heller etter de oppfatningene av friluftsliv som folk innehar. Ifølge henne kan disse oppfatningene være motstridige sett opp mot hverandre, men samtidig være riktige og rasjonelle for den som innehar dem. I møtet mellom turister og guider, i bedrifter som bruker begrepet friluftsliv, vil det være anledning for å se på hvordan akkurat en slik forståelse av friluftsliv kommer til uttrykk.

#### **2.1.5 Tradisjonelt- og moderne friluftsliv**

I drøftingen av friluftslivsbegrepet er det også relevant å se på skillet mellom tradisjonelt- og moderne friluftsliv. Odden (2008, s.27) mener tradisjonelt friluftsliv er aktiviteter som var etablert før 1970-tallet. Han viser til Pedersen (1999) og Breivik (1978) som skiller mellom to røtter til tradisjonelt friluftsliv. Den ene er et høstingsperspektiv som er knyttet opp mot aktiviteter som matauk, en naturlig del av livet på bygdene i Norge. Den andre er et rekreasjonelt perspektiv som er knyttet til de europeiske strømningene som gjorde at overklassen, både utenlandske og norske, begynte å utforske norsk natur som turister. Odden (2008, s.27) hevder at disse skillelinjene i dag i stor grad er visket bort.

Pedersen (1999, 46, markering som i original) mener at tradisjonelt friluftsliv er en form for "vedlikehold av kultur; som overføring av kunnskap og verdier fra generasjon til generasjon innenfor et relativt lukket, avgrenset system, representerer *modernitet* en tilstand hvor slike relativt lukkede systemer sprenges". Hun viser også tilbake på vanskelighetene ved å si konkret hva friluftsliv er, og at tradisjonelt-moderne aksene er en side ved den problematikken.

En annen som ser problemer ved å skille mellom tradisjonelt- og moderne friluftsliv er Tordsson (2003, s. 321). Han mener det er problematisk fordi det ser friluftslivet ut fra vår egen tid, og bare tar endringene som skjer her og nå som eksempler på at friluftslivet er i endring. Han (2003, s.319-320) påpeker også at statistikken den gang viste at det tradisjonelle friluftslivet hadde stor utbredelse, og at det på noen områder var i vekst. Innforstått at introduksjonen av moderne friluftsliv ikke gikk på bekostning av tradisjonelt friluftsliv.

Tilbake til Odden (2008, s.27) så ser han moderne friluftsliv som fartsfylte aktiviteter som har kommet fra 1990-tallet, og at moderne vil si at det er snakk om nye former for aktivitet. Han nevner at moderne friluftsliv også kan beskrive aktiviteter som er langt fra nye som for eksempel fjellklatring. Moderne friluftsliv er ifølge Odden dermed en beskrivelse som ikke alltid er konsekvent, hvis man tar utgangspunkt i når aktivitetene ble introdusert. Odden (2008, s.27) er ikke fortrolig med begrepet moderne friluftsliv, men mener at nødvendigvis er beskrivende for hans prosjekt som den gang var en omfattende statistisk beskrivelse av friluftslivets utbredelse. Han fremhever også at begrepet moderne friluftsliv i 2008 allerede var en innarbeidet måte å skille ut noen former for aktivitet, og at noen nytt begrep ville være vanskelig å introdusere på det tidspunktet.

### **2.1.6 Slow adventure og ekte friluftsliv**

Friluftsliv har også blitt drøftet fra et reiselivsperspektiv. Varley og Semple (2015, s.7) tok for seg en utvikling der trenden "slowness movement" har oppstått som en motpol til de hurtige livene som mennesket nå lever. Formålet med å senke tempoet er å øke kvaliteten og meningen, i stedet for å fokusere på effektivitet og beleilighet. Begrepet ligger innunder adventure tourism, et begrep som vil bli redegjort for mot slutten av kapittelet. Innen adventure tourism er slow adventure en form for turisme der tempoet er lavt og fokus på en form for kontakt med deg selv som menneske og naturen. Dette mener Varley og Semple vil kunne ligne på friluftsliv. Samtidig er de klare på at et kommersialisert friluftsliv etter deres syn er problematisk. Dette grunngir de blant annet i Gelter (2000, s.80-81) som mener at "genuine friluftsliv", forstått som "ekte friluftsliv", ikke kan være kommersielt. "Ekte friluftsliv" er noe som også Odden (2008, s. 32-33) tar opp. Han ser på "ekte friluftsliv" som et grunnlag for konflikt ettersom bruken av begrepet ekskluderer store grupper av deltakere innen friluftsliv. Odden viser også til at synet på "ekte friluftsliv" har blitt kritisert for å være et resultat av at sentrale forskere og forvaltere har heget om en spesiell form for friluftsliv som de selv er en del av. Tilbake til slow adventure så konkluderer Varley og Semple (2015, s.85-86) med at møte mellom adventure tourism og friluftsliv vil kunne kalles slow adventure. Begrepet beskriver i første omgang et fenomen innenfor adventure tourism. Det som er verd å merke seg er at slow adventure dermed kommer fra et reiselivsperspektiv, og ikke fra friluftslivsperspektiv. Det er også et eksempel på at det kan være problematisk å sette et klart skille mellom reiseliv og friluftsliv.

### **2.1.7 Tur etter evne**

Innenfor friluftslivstradisjonen har det utviklet seg en forståelse av hvordan turdeltakere skal forholde seg til risiko. Dette tar Faarlund (2003, s. 38-39) opp når han skriver om tur etter evne. Det vil si at turdeltakere tar for seg området de skal ferdes i, samt deltakernes forutsetninger. Faarlund viser til Nansen (1995, s.189) som snakker om Herr Uansvarlig som er en personifisering av Nansens egen trang til å tøyne grenser på tur. Herr Uansvarlig er motsatsen til ansvarsbevisstheten som vet hvor farlig feiltrinn kan være, og konsekvensene ikke bare for ham selv, men for de rundt ham. Tur etter evne betyr ikke at en ikke kan gå tur når været er friskt eller forutsetningene ikke er så gode, men at turen bør tilpasses etter forholdene.

## **2.2 Naturbasert reiseliv**

Problemstillingen tar for seg naturbaserte reiselivsbedrifter, det er derfor sentralt å redegjøre for hva som legges i begrepet naturbasert reiseliv. For å gjøre det vil det være hensiktsmessig å redegjøre for turisme og reiseliv.

### **2.2.1 Turisme og reiseliv**

Reiseliv og turisme kan ifølge Memethoglu (2007, s. 14-15) skilles. Turisme omfatter ferie- og fritidsreiser, mens reiseliv i tillegg omfatter kurs og konferanse, og besøk av venner og slekt. Samtidig avfeier Memethoglu at det trengs egne bøker for reiseliv, da temaene han tar opp i sin bok er gjeldende for reiser knyttet til kurs og konferanse, og besøk av venner og slekt. Det fremstår dermed noe uklart hvorfor Memethoglu gjør sin avgrensning. Jacobsen og Viken (2014, s. 15-31) tar også for seg reiseliv og turisme. De redegjør ikke for et skille mellom disse to begrepene. Brevik et al. (2007) bruker også begrepene om hverandre. I denne oppgaven tar jeg utgangspunkt i Stensland et al. (2018, s. 14) sin oversettelse av Fredman et al. (2009, s. 25) sin definisjon på naturbasert reiseliv. Der er det svenske ordet «Naturturism» oversatt til naturbasert reiseliv. Jeg setter ikke et skille mellom reiseliv og turisme slik som Memethoglu, men anser begrepene som synonymer. For enkelthets skyld vil jeg dermed bruke begrepet reiseliv konsekvent. Unntaket vil være de gangene jeg refererer direkte til forfattere som bruker begrepet turisme, eller viser til tekster på svensk der begrepet turism er brukt.

### 2.2.2 Naturbasert turisme

Definisjonen på naturbasert turisme har vært diskutert de siste 30 årene. Müller (2008, s.9) går såpass langt at han sier at det ikke finnes en allment akseptert definisjon. En av de tidlige definisjonene finner vi i Laarman og Durst (Mehmetoglu, 2007, s.13) som i 1987 skriver «Naturbasert turisme som en type turismeaktivitet som inneholdt tre spesifikke elementer: læring, rekreasjon, og spenning.». En slik definisjon tar utgangspunkt i turistens opplevelser og motivasjon, noe som kan være utfordrende å ta i bruk ettersom den ikke vil kunne favne alle turister.

Mehmetoglu (2007, s.13) definerer naturbasert turisme i sin bok med samme navn. Der starter han med Peter Valentine (1992, s. 108) sin definisjon som er «Naturbasert turisme kan generelt betraktes som det å direkte nyte og oppleve en relativt uberørt natur.». Dette er en svært vid definisjon ettersom den anvender begrep som «generelt» og «relativt». Den vil være vanskelig å avgrense hvis man ønsker å vite hvilke naturområder som definisjonen skal favne. Nyte og oppleve vil også være vanskelige sider ved definisjonen. Hvorvidt nytelse av natur faktisk kan måles, og om nytelsen er står sentralt for turisten som besøker den relativt uberørte naturen, er vanskelige sider ved definisjonen. Valentine (1992, s.110) fastslår at naturbasert turisme kan brytes ned til ett viktig element, nemlig naturen. Han viser også til kompleksiteten i å klassifisere turister på denne måten. Innenfor en klassifisering vil det finnes store variasjoner.

Mehmetoglu (2007, s. 26) konkluderer med denne definisjonen på naturbasert turisme: «Opplevelser/aktiviteter som er direkte avhengige av naturen.». Denne definisjonen blir kritisert av Müller (2008, s. 10) som mener at Mehmetoglu fokuserer i for stor grad på motivene til turisten. Hvis motivene skal være avgjørende for hvorvidt det er snakk om naturturisme vil selskaper som ikke fokuserer på motivet ved turistens besøk bli ekskludert. Er barn som motvillig er med på tur i naturen, ikke turister fordi de ikke ønsker å være der? Müller kritiserer Mehmetoglu, men kritikken er nok også like gjeldende for Laarman og Durst sin definisjon som ble tatt opp helt i begynnelsen.

### 2.2.3 Med utgangspunkt i UNWTO

Fredman et al. (2009) tar for seg naturbasert reiseliv og prøver, som de foregående, å definere begrepet. Stensland et al. (2014; 2018) velger i to rapporter å oversette Fredman et al. (2009) sitt begrep naturturism til naturbasert reiseliv. Videre i denne oppgaven vil også jeg bruke begrepet naturbasert reiseliv i stedet for naturbasert turisme. Definisjonen av naturbasert reiseliv kan ifølge Fredman et al. (2009, s.24) bli for detaljert og avgrensende. Ved å bruke en åpen definisjon vil det i større grad være rom for å avgrense de gangene forskningen krever dette. Fredman et al. lander på en definisjon som tar utgangspunkt i turistene og naturen, ved å vise til World Tourism Organization (UNWTO) (2001, s.36) sin definisjon på turist som igjen baserer seg på avstand. En person som reiser utenfor sine vanlige omgivelser for ikke mer enn ett år. Ved å legge til naturen får Fredman et al. (2009, s.24) en definisjon som lyder:

”Naturturism omfattar människors aktiviteter när de vistas i naturområden utanför sin vanliga omgivning”. Fredman et al. (2009, s.24-28) utdyper videre hvilke følger en slik definisjon har. Aktiviteter blir ikke spesifisert videre i definisjonen, fordi aktiviteter kan falle inn under og utenfor, alt etter om de foregår i naturen. Det åpnes heller for at aktivitet kan spesifiseres i enkelttilfeller. Natur er et vanskelig begrep å definere, så Fredman et al. velger bruke arealstatistikk. I norsk sammenheng vil skillet utmark-innmark være tilsvarende. Utenfor vanlige omgivelser er avgrenset til 100km en vei, overnattingsturer, og turer utenlands. En tur kan ikke overstige ett år i varighet. I tråd med UNWTO sin definisjon så avgrenses det ikke bare til fritid, man kan altså være naturturist i arbeidstiden. Transport regnes ikke som naturbasert reiseliv, men her finnes det grensetilfeller som sykkelsturer. Hvorvidt motiv kan brukes som grunnlag for å måle naturbasert reiseliv blir drøftet. Ettersom motivet for å besøke natur kan være ulikt vil det ikke være hensiktsmessig å definere naturbasert reiseliv ut fra det, men definisjonen er heller ikke til hinder for at motiver kan undersøkes. Til slutt drøftes hvordan naturbasert reiseliv foregår. Hvordan, vil kunne romme svært mye, men det er to dimensjoner som er viktige å få med seg videre i oppgaven. Først; at naturturisme kan foregå organisert, men også på egenhånd. Det andre er graden av motorisert ferdsel. Her tar ikke Fredman et al. (2009, s.28) stilling til hvorvidt motorisert ferdsel kan være naturbasert reiseliv, men lar det heller bli avgjort hvorvidt det er aktuelt fra sak til sak.

## 2.2.4 Den naturbaserte reiselivsnæringen

Definisjonen som Fredman et al. (2009, s.24) kommer frem til er den som jeg bruker som utgangspunkt for min oppgave. Samtidig er det viktig å vise til diskusjonen og de ulike definisjonene av naturbasert reiseliv, og naturbasert turisme. Både for å vise at en definisjon ikke nødvendigvis er hugget i stein, og for at enkelte av de andre perspektivene kan være interessante å ta med videre. Tilbake til Fredman et al. (2009, s.25) sin definisjon, så utleder den videre en definisjon på den naturbaserte reiselivsnæringen som lyder:

"Naturturistnæringen är ett samlingsbegrepp som utgörs av summan av de verksamheter i olika branscher som är riktade till och konsumeras av naturturister.". Det er også denne definisjonen som legges til grunn i bedriftsundersøkelsen i 2017 (Stensland et al. 2018, s.14) og som Stensland et al. tok i bruk første gang i 2014. Når jeg velger å bruke listen over bedrifter fra undersøkelsen i 2017 som utgangspunkt for utvalget mitt, er det allerede den definisjonen som har avgrenset hvilke bedrifter som blir tatt med. Det ville dermed være problematisk om jeg skulle ta i bruk en annen definisjon.

## 2.3 Økoturisme

Fredman et al. (2009, s.22-23) redegjør for økoturisme. En retning innen reiseliv som knyttes til Hector Ceballos-Lascurain som var miljøaktivist. Hans definisjon var:

*"Traveling to relatively undisturbed or uncontaminated natural areas with the specific objective of studying, admiring, and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations (both past and present) found in these areas"* (Fennell, 2003, 236)

Denne definisjonen oppsto på 1980-tallet og regnes som en av de tidlig etablerte definisjonene på økoturisme. Dette viser også Fennell (2003, s. 236) til. Samtidig er han klar på at bruken av begrepet kan dateres tilbake til 1960-tallet. Både Fennell (2003, s.236) og Fredman et al. (2009, s.22) nevner at retningen oppsto som følge av at reiseliv førte med seg negative konsekvenser. Økoturisme er et svar på de utfordringene som oppsto, med særlig fokus på miljøet. Frem til i dag har det blitt introdusert flere definisjoner på begrepet. Her viser Fredman et al. (2009, s.23) til undersøkelser som har avdekket opp mot 85 ulike definisjoner av begrepet. Økoturisme er også en egen sertifisering. I Norge er sertifiseringen underlagt Hanen (U.Å.). Ifølge Fredman et al. (2009, s.23) er det fem prinsipper som gjør seg gjeldende i økoturisme. De er: at det er naturbasert, at det er bærekraftig, at det er lærende, at det gir

positive ringvirkninger lokalt, og at det er tilfredsstillende for kunden. Det Fredman et al. konkluderer med er at økoturisme som begrep er normativt ladet.

## **2.4 Adventure tourism**

Begrepet adventure tourism har flere definisjoner, og forgreininger. I denne oppgaven er det noen av forgreiningene av begrepet som er interessante. Fra før har vi sett på slow adventure begrepet, som er inspirert av friluftsliv. Det er en av disse forgreiningene. For å begrense utgreiingen om adventure tourism viser jeg videre til to definisjoner, for å illustrere et historisk skifte i hvordan begrepet har utviklet seg. I en artikkel fra 1997 definerer Sung, Morrison og O'Leary (s. 66) adventure tourism som: "A trip or travel with the specific purpose of activity participation to explore a new experience, often involving perceived risk or controlled danger associated with personal challenges, in a natural environment or exotic outdoor setting". Denne definisjonen bruker begreper som nye erfaringer, risiko eller kontrollert risiko, personlig mestring, og natur. I tiårsskiftet 2000-tallet til 2010-tallet var denne formen for turisme i sterk vekst (ATTA, 2015, s.4). Samtidig som begrepet har forgreinet seg og blant annet har fått en soft-hard akse og slow-fast akse. Adventure tourism har sammen med veksten også blitt et begrep som har favnet bredere. En av de senere definisjonene fra Adventure travel trade association (ATTA) vitner om akkurat dette. De sier at adventure tourism må inkludere minimum to av de følgende elementene: fysisk aktivitet, naturområder, og kultur. Dette vil kunne sies å være en svært bred forståelse sett opp mot Sung, Morrison, og O'Leary sin definisjon. Her har det altså skjedd en utvikling over tid. Som nevnt kan adventure tourism deles inn i en soft-hard dimensjon. Dette, og begrepet ekstremспорт skal vi se videre på.

### **2.4.1 Soft-hard**

Innenfor adventure tourism skiller Hill (1995) mellom soft og hard, der risiko og forkunnskap står sentralt. Soft adventure defineres: "activities with a perceived risk but low levels of real risk, requiring minimal commitment and beginning skills; most of these activities are led by experienced guides" (Hill 1995, p. 63). Et eksempel på en soft adventure aktivitet vil være en guidet kajakkstur i trygge farvann. Mens hard adventure defineres: "activities with high levels of risk requiring intense commitment and advanced skills" (Hill 1995, p. 63). Et eksempel på hard adventure vil være elvekajakkpadling.

### **2.4.2 Ekstremsport**

Ekstremsport blir av Brymer (2005, s.70) forstått som aktivitet der en feiltakelse eller et uhell kan resultere i død. Brymer viser videre til Hunt (1996), som også konkluderte med det samme. I dette legger Hunt (1996) risiko som det sentrale elementet. Brymer og Gray (2009) viser til at det har vært en generell oppfatning at motivasjonen for å drive med ekstremsport er risikoen. Dette har i de senere årene blitt utfordret. Brymer og Gray (2009) finner at deltakerne i ekstremsport beskriver aktivitetene deres som en form for dans med naturen. Gjennom aktiviteten opplever de mestring og en form for harmoni med naturen.

### 3 Reiseliv og friluftsliv

I dette kapittelet redegjøres det for noen sentrale tekster der forholdet mellom reiseliv og friluftsliv blir tatt opp. Måten kapittelet er lagt opp på er at tekstene gjennomgås tema for tema. Den første er en gjennomgang av noen tekster fra den radikale dypøkologiske bevegelsen, her er hovedvekten av tekstene hentet fra tidsskriftet *Mestre fjellet*. For å vise hvordan forholdet reiseliv-friluftsliv har blitt omtalt fra et politisk ståsted vises det til stortingsmeldinger fra de siste 30 årene. Til slutt vises det til hva forskningen sier om forholdet mellom reiseliv og friluftsliv. Det har blitt gjennomført flere case-studier som tar for seg reiseliv og friluftsliv både fra forskningsinstitusjoner og i masteroppgaver (Andersen og Aas, 2005; Andersen, Aas, Kaltenborn, 2006; Grut, Sataøen, Aall, 2006; Bjelland, 2007; Danielsen, 2017; Anderzén, 2017). Ofte tilknyttet et spesielt område, og i kombinasjon med naturforvaltning eller utbygging i naturområder. Samtidig som disse tekstene ville kunne gitt meg dypere innsikt i hvordan forholdet mellom reiseliv og friluftsliv har blitt drøftet er det viktig å påpeke at denne oppgaven er ikke en litteraturstudie. Det er dermed ikke en utfyllende oversikt over tekster om reiseliv og friluftsliv som er formålet her. I stedet er denne delen av oppgaven en oversikt over noen sentrale tekster som er med for å gi perspektiver på hvordan dette forholdet er drøftet tidligere.

#### 3.1 Den radikale dypøkologiske bevegelsen

I redegjørelsen for de ulike definisjonene på friluftsliv ble det vist til det Odden kalte for den radikale dypøkologiske bevegelsen. Gjennom tidsskriftet *Mestre fjellet*, utgitt av Høgfjellsskolen – Norsk Alpincenter hadde denne bevegelsen et forum der de drøftet ulike problemstillinger knyttet til friluftsliv. Tidsskriftet ble gitt ut til slutten av 1990-tallet. Her blir reiseliv og friluftsliv tatt opp flere ganger.

##### 3.1.1 «Informasjonsmengde null»

Kvaløy skrev om reiseliv og friluftsliv allerede i 1968. Han påstår at reiselivsnæringen ikke ønsker at kundene skal søke naturopplevelsen «som primær egenverdi» fordi de da ikke vil være særlig egnede som kunder. For at reiselivsnæringen og utstyrsprodusentene skal leve, må de få kundene til å fokusere mer på produktene de kjøper enn den naturen de skal oppsøke. Produktene skal tilrettelegge og konsekvensen er det Kvaløy kaller «informasjonsmengde null». Denne tilretteleggingen kommer i form av merking av ruter og værvarsel som blir hengt opp på veggen, forstått som hytte/hotell-veggen. Her kan det nok

trekkes paralleller til oppkjørte løyper, og bruken av GPS. Når alle hjelpemidlene brukes utsettes ikke turistene for læring, og den meningen som Kvaløy mener at mennesket finner i møte med naturen, forsvinner.

### **3.1.2 «De fremmedes trafikk»**

Faarlund (1977a, s.5-6) skriver i Mestres Fjell om det han kaller «de fremmedes trafikk». I dette legger han en søken etter naturen som oppstår når samfunnet moderniseres og mennesker drives lengre bort fra naturen. Naturen blir sett på som kilden til rekreasjon, fysisk aktivitet, trim, og avstressing. Eller som Faarlund formulerer det: «Naturen var noe man ‘dro ut i’». Når samfunnet hadde nådd dette punktet, var vi fremmede for naturen, og vår aktivitet ble da «de fremmedes trafikk». Videre skriver Faarlund (1977a, s.5-6) «Når denne ‘trafikken av fremmede’ i ‘friluft’ eller ‘ut i naturen’ omtales og markedsføres under betegnelsen ‘friluftsliv’ er ikke dette noe mindre enn en ulykke for det som en gang var ‘den frie natur’». Så viser Faarlund til at de som utnytter dette til det fulle er næringslivet. Næringslivet produserer varer og tjenester som skal sende folk ut i naturen for å stresse ned. Dette blir fulgt opp og støttet av staten. Faarlund mener at han kan bidra med en alternativ oppdragelse. Denne oppdragelsen finner vi hvis vi møter naturen gjennom en opprinnelig form for friluftsliv.

I 1977 skriver Faarlund flere tekster der reiseliv og friluftsliv blir tatt opp. I unge Venstre sitt magasin *Populist* nevner han eksplisitt reiselivsnæringen, som gjør friluftsliv til et produkt (1977b). Dette har ifølge ham alvorlige konsekvenser. Faarlund skriver også en uttalelse til Stortinget i forbindelse med endring av norsk friluftslivspolitikken på vegne av Høgfjellsskolen – Norsk Alpincenter (1977c). Her blir igjen reiselivsnæringen sett på som en trussel for friluftsliv, og de som søker naturopplevelse. Ni år etter at Kvaløy skriver om informasjonsmengde null er det tilretteleggingen som fremdeles kjernen i trusselen friluftslivet står overfor. Hvis reiselivspolitikken og friluftslivspolitikken skal nærme seg, må det ifølge Faarlund (1977c) være reiselivspolitikken som må endre seg.

### **3.1.3 Er vi alle turister?**

I 1990 (s.13-19) er temaet igjen oppe i Mestres fjell. Denne gangen er det Hansruedi Müller fra Universitetet i Bern som skriver om modellen *tourism growth mechanism*, som Müller og kollegaen Jost Krippendorf står bak. Krippendorf er kjent som forskeren som først tok tak i reiselivsnæringens miljøproblemer i boken *Die Landschaftsfresser* fra 1975. I artikkelen i Mestres Fjell skriver Müller om det moderne samfunns behov for rekreasjon, og at vi som

mennesker må arbeide for å reise på ferie samtidig som vi trenger ferien for å klare å arbeide. Det Müller trekker frem, som er verd å merke seg, er en erkjennelse av at det gjelder oss alle. Vi reiser alle på ferie. Dermed blir det et mål om å unngå de negative konsekvensene av feriene våre. Så lister Müller opp de positive og negative sidene ved reiselivet:

«Reiselivet: stopper fraflytting, skaffer arbeidsplasser, skaffer inntekt, hjelper å betale infrastruktur, forbedrer boligforholdene, støtter jordbruket og bidrar dermed til å ta vare på landskapet, styrker selvbevisstheten og tilhørighetsfølelsen i lokalbefolkningen»

«Reiselivet: Fører til en ensidig og utsatt næringslivsstruktur, vokser ensidig og ukoordinert og undergraver sine egne gevinstmuligheter, eter opp areal, sliter på natur og landskap, fører til fremmedbestemmelse og avhengighet for lokalbefolkningen, svekker lokalkulturens egenart, bærer i seg sosiale spenninger og øker sosial ubalanse»

## 3.2 Stortingsmeldinger

Siden 1987 har det kommet ut tre stortingsmeldinger om friluftsliv, og tre om reiseliv. Disse seks meldingene viser hvordan ordskifte i de styrende organer har endret seg de siste 30 årene.

### 3.2.1 Felles grunnlag

I 1987 gir Samferdselsdepartementet ut Stortingsmeldingen *Om reiselivet*. Friluftsliv blir trukket frem som sentralt i det som omtales som regionalt feriemarked. Dette følges opp med: "Det ser også ut til å være en generell dreining fra det enkle friluftslivet over mot friluftslivsaktiviteter som innebærer kjøp av kommersielle tjenester."

(Samferdselsdepartementet, 1987, s.19). Stortingsmeldingen tar dermed i liten grad for seg forholdet mellom reiseliv og friluftsliv, men den viser at det er en forståelse av at et slikt forhold eksisterer.

I Stortingsmeldingen *Om friluftsliv* fra 1987 (s. 38-40) er det et helt kapittel om samarbeid mellom reiseliv og friluftsliv. Den starter med å konstatere:

"Store delar av friluftslivet er derfor avhengig av reiselivet i ei eller anna form, serleg i helgar og feriar. Om lag halvparten av det friluftslivet nordmenn driv, målt i bruk og tid, skjer på turar der ein er borte frå heimen i fleire dagar." (Miljøverndepartementet, 1987, s. 38)

Denne avhengigheten friluftsliv har av reiselivet venter om en forståelse av de ringvirkningene som meldingen *Om reiselivet* sikter til. Eksempelvis vil turgåere ta i bruk tilretteleggingen

som reiselivet står for, og i tilfeller der en er utenfor sine vanlige omgivelser; være turist. Videre tas mulige konflikter opp. Der det påpekes at:

"Sjølvs om friluftslivet og reiselivet har sterke, samanfallande interesser i å leggje tilhøva til rette for friluftsliv i fjernområde, er det ofte behov for å samordne innsatsen for å unngå konflikter og sikre ei betre gjensidig nytte av dei tiltaka so bli sette i verk." (Miljøverndepartementet, 1987, s. 38)

Her blir "samanfallande interesser" brukt for å beskrive forholdet mellom reiseliv og friluftsliv. Disse sammenfallende interessene kan både forstås som tilrettelegging av natur, men også naturen i seg selv. Stortingsmeldingen ser at det kan oppstå konflikt hvis ikke friluftslivet og reiselivet samordner arbeidet sitt. Begge stortingsmeldingene vitner om en forståelse av at friluftslivet er avhengig av reiselivet, og at både reiselivet og friluftslivet har sammenfallende interesser. Dette er ikke like synlig når millenniumskiftet kommer.

### **3.2.2 Liten eller ingen kobling**

I St.meld. nr. 15 - *Lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer* (Nærings- og handelsdepartementet, 1999-2000) blir friluftsliv knapt nevnt, og i St. meld 39– *Friluftsliv – Ein veg til høgare livskvalitet* (Miljøverndepartementet, 2001) vies ikke temaet reiseliv mye plass. Det blir nevnt, men det er ofte når det gjelder hva friluftslivet grenser til, eller når ulike interesser møtes i utmarken. «Av dei store utfordringane for friluftslivet generelt og for jakt og fiske spesielt synest å vere utviklinga innanfor reiselivet og landbruket der det i større grad blir lagt vekt på kommersielle tilbod knytt til utnytting av utmarka.» (Miljøverndepartementet, 2001, se pkt. 5.11)

At reiseliv og friluftsliv grenser til hverandre, er ikke det samme som at de har sammenfallende interesser, som det ble konstatert i de tidligere meldingene. Ved sammenfallende interesser uttrykkes det at det er en viss overlapp. Når det skisseres opp grenser vitner det om at friluftsliv blir sett på som noe separert fra reiseliv. Hvis målet er at fenomenene skulle skilles fra hverandre kan det grunngis i at et slikt skille vil gjøre det enklere å arbeide med fenomenene sett fra et forvaltningsperspektiv. Samtidig fører et skille med seg konsekvenser da alle tilfeller av overlapp vanskelig vil la seg plassere i en bestemt kategori. I likhet med de forestående stortingsmeldingene blir det tatt opp at der reiseliv og friluftsliv møtes, kan det oppstå konflikter. Det som har endret seg er at det i 1987 er snakk om at samarbeid skal kunne hindre konflikt, mens det i 2001 er blitt stadfestet at det er en stor utfordring for friluftslivet når reiselivet kommersielt utnytter utmarksressurser. Igjen blir

reiseliv og friluftsliv skilt fra hverandre, og der de møtes oppstår det konflikt. Ikke bare er det altså et markant skifte, fra reiseliv og friluftsliv som to fenomener med sammenfallende interesser. Det er også to adskilte fenomener som, når de møtes er kilde til konflikt.

Videre i stortingsmeldingen *Friluftsliv* blir reiselivet nærmest sett på som en trussel mot friluftslivet der forvaltningen skal gi friluftsliv forrang. «Sektorar som driv aktivitet i naturen må syte for at den aktiviteten dei driv ikkje er til fortrenghet eller vesentleg ulempe for friluftslivet. Dette gjeld m.a. landbruket, fiskerinæringa, forsvaret og reiselivsnæringa.» (Miljøverndepartementet, 2001, se pkt. 7.1) Måten man ser landbruket, fiskerinæringen, forsvaret og reiselivsnæringen på, vil det kunne sies at deres aktivitet i naturen er rangert under friluftslivet. Kort tid senere skal det komme et vesentlig skifte som endrer dette.

### **3.2.3 «Fjellteksten»**

I 2003 dukker reiseliv og friluftsliv opp i en innstilling til Stortinget i forbindelse med budsjettforhandlinger til statsbudsjettet (Finanskomiteen på Stortinget). Her blir det foreslått endringer i forvaltningen i det som den gang het Miljøverndepartementet. Denne innstillingen har senere fått kallenavnet «Fjellteksten». «Fjellteksten» har blitt stående i norsk friluftslivs-, reiselivs-, og naturforvaltning som et skifte fra en snever til en bredere forståelse av naturvern. Blant annet blir forbudene mot kommersiell turisme i noen av nasjonalparkene opphevet, det oppfordres til å legge til rette for reiseliv i landskapsvernområder, og vern av natur også må sees på som en måte å utvikle lokalsamfunnene i nærheten. Det blir lagt opp til at enkelte nasjonalparker skal markedsføre seg opp mot reiselivsnæringen. I dag ser vi resultatene av dette i den helhetlige merkevarebyggingen som nå Miljødirektoratet har utformet for alle de norske nasjonalparkene (Miljødirektoratet, 2018).

### **3.2.4 Reiseliv i friluftslivsmeldingen**

I de to siste Stortingsmeldingene om hhv. reiseliv og friluftsliv finner vi at man i større grad enn før har tatt inn over seg den sterke koblingen som disse to fenomenene har. I Stortingsmelding nr. 19 som kommer ut 2016 om friluftsliv er naturbasert reiseliv et eget underkapittel under kapittel 9 om friluftsliv og verdiskapning. «Dermed blir friluftsliv stadig viktigere som grunnlag for verdiskapning. Et godt samspill mellom reiseliv og friluftsliv kan fremme friluftslivet, og gjøre det mer allsidig.» (s. 99)

Dette skiller seg markant fra stortingsmeldingen *Friluftsliv* fra 2001 der næringsutvikling knapt var nevnt, og reiselivet ble mer sett på som en trussel mot friluftsliv. 15 år etter forrige melding blir reiseliv sett på som en måte å fremme friluftsliv på. Nye grupper kan nås og

aktivitetene kan bli mer allsidig. I Stortingsmeldingen om reiseliv fra 2017 blir friluftsliv sett på som et grunnlag for verdiskapning. Det blir også vist til allemannsretten, og viktigheten som friluftslivstradisjonen i Norge har for tilgangen til naturen. Her er et av de viktige momentene at restriksjoner på ferdsel kan ramme både reiseliv og friluftslivet.

### **3.2.5 Utvikling de siste 30 årene**

Hva sier utviklingen som har skjedd de siste 30 årene i stortingsmeldingene om reiseliv og friluftsliv? I de to siste stortingsmeldingene er koblingen mellom reiseliv og friluftsliv sett på som en mulighet, noe som kan forklares i det som kommer frem av "Fjellteksten". Samtidig ble det allerede i 1987 erkjent at interessene som friluftslivet og reiselivet har kan være sammenfallende. Sett opp mot stortingsmeldingen *Friluftsliv* fra 2001, så skiller den seg klart ut ved å heller påpeke en grense mellom reiseliv og friluftsliv. Den har også et mer problemorientert syn på møte mellom reiseliv og friluftsliv. Disse forskjellene kan forklares i de ulike regjeringene som har stått bak stortingsmeldingene. Ettersom denne oppgaven ikke er en politisk analyse, vil det ikke være hensiktsmessig å spekulere i det. Det som kan sies om denne utviklingen, er at det ikke har vært klart hvordan reiseliv og friluftsliv grenser til- eller overlapper hverandre. Det som er viktig å få med seg er at disse seks stortingsmeldingene samlet sett ikke gir et tydelig bilde av hvorvidt reiseliv og friluftsliv overlapper eller er to adskilte fenomener.

## **3.3 Hva sier forskningen om forholdet reiseliv-friluftsliv**

Forholdet mellom reiseliv og friluftsliv kommer opp noen steder i forskningen. Videre følger en redegjørelse av tre ulike prosjekter som alle var innom nettopp dette forholdet.

### **3.3.1 Naturvern – friluftsliv – turisme**

I en rapport fra Norsk institutt for by- og regionplanlegging i 1994 tas forholdet mellom friluftsliv og turisme opp. Her vises det til at deltakelsen i friluftslivsaktiviteter fra 1970-tallet og frem til 1990-tallet økte. Flere undersøkelser før hadde konkludert med at den økte ferdselen utsatte naturen for belastning og kunne forstyrre ulike økosystemer. Samtidig hadde utviklingen av norsk turisme resultert i et fokus på naturbaserte opplevelser. Disse to utviklingene sammen ble den gang sett på som et grunnlag for potensielle konflikter med tradisjonelt norsk friluftsliv og naturverninteresser. Det utdypes ikke i rapporten hva som menes med tradisjonelt norsk friluftsliv. Rapporten spør seg "hvilke konflikter ligger i forholdet mellom friluftsliv og turisme" (Reitan, 1994, s.12). For å besvare dette går rapporten

gjennom flere undersøkelser. Det påpekes at et grunnlag for konflikt kan være at ulike forventninger til tilrettelegging, men også at enkelte brukergrupper kan legge press på andre.

Rapporten konkluderer med at forvaltningen, her forstått som forvaltning på kommunalt, regionalt og nasjonalt nivå, i liten grad erkjenner at det finnes konflikt mellom naturvern, turisme, og friluftsliv, men at slike konflikter faktisk finnes. Videre fortsetter rapporten med å påpeke forskningens rolle, som en viktig bidragsyter til nyere kunnskap (Reitan, 1994, s.82).

### **3.3.2 Norsk friluftsliv – På randen av modernisering?**

Vorkinn et al. (2000, s.46) drøfter forholdet mellom reiseliv og friluftsliv. Her vises det til at: «Kommersialisering er hevdet å være en trussel mot det tradisjonelle, norske friluftsliv, men begrepet brukes ofte i offentlig debatt uten noen form for innholdsmessig presisering eller avklaring. Kommersialisering brukes imidlertid vanligvis i sammenheng med økonomisk virksomhet som salg av friluftsutstyr eller friluftsopplevelser.». Selv om det står at "Kommersialisering er hevdet å være en trussel", vises det ikke til hva som legges til grunn for den uttalelsen. Igjen blir tradisjonelt norsk friluftsliv brukt uten noen form for avklaring av hva det innebærer. Det som er avklarende derimot er skillet mellom utstyr og opplevelser. Når det gjelder utstyr, så er det klart at utviklingen og salg av utstyr kan være en problemstilling, men det er ikke relevant i denne sammenheng. At opplevelser blir nevnt er derimot relevant. Vorkinn et al. (2000, s.46-47) nyanserer det bilde de først tegner, vet å si at det kan være både positive og negative sider ved kommersialisering av friluftsliv. Eksempelvis vil utviklingen av kurstilbud formidle kunnskap som vanligvis ikke overføres via oppdragelse eller skole. Det som sees på som negativt er kommersiell aktivitet som fører til begrensninger for andre brukere. Rapporten konkluderer med at påstanden om at kommersialisering er en trussel for friluftsliv er overdrevet, men at uønskede kommersielle tilbud som hindrer andre brukergrupper ikke er ønskelig. Det vises også til at yngre i større grad er positiv til kommersiell aktivitet i utmark, og at det kan være et tegn på større åpenhet for slike aktiviteter.

### **3.3.3 Å svare på naturens åpne tiltale**

Tordsson (2003, s.97-99) mener at det har oppstått et skille mellom friluftsliv og turisme tidlig i friluftslivets historie en gang på 1800-tallet. Dette begrunner han i et manglende uttrykk for verdsetting av naturen, som han mener de tidlige turistene i Norge hadde. Han (2003, s.324) mener at friluftslivet skiller seg fra turisme i verdien som illegges i det å kunne reise på tur alene eller i en gruppe som opptrer uavhengig av andre. Det blir formulert slik

"Ideologien har vært at en bør selv velge og møte sine utfordringer og aktivt forme sine opplevelser, for derigjennom å vinne frihet og personlig utvikling.". Innforstått; at dette ikke er noe som er gjeldende for turisme. Han løfter også frem en tendens der kan oppstå et skifte fra at turdeltakere gradvis opparbeider seg nødvendig kompetanse på egenhånd, til at guidetjenester blir kjøpt for at turdeltakere skal kunne få en spesiell opplevelse i en natur de selv ikke har kompetansen til å ferdes i. Tordsson (2003, s.324) mener da at deltaker da blir kunde, og turlederen blir en guide "som skal levere et opplevelsesprodukt snarere enn å være likestilt medlem i et turlag.". Når turisme og reiseliv blir brukt for å løfte distriktsutviklingen i Norge vil det kunne føre med seg det han (2003, s. 325) omtaler som markedstenkning, som kan føre folk bort fra ideelle verdier som er knyttet til friluftsliv. Her påpekes det at aktører innenfor det som blir omtalt som de "kommersielle" aktørene i friluftsliv nødvendigvis ikke handler kun ut fra økonomiske motiver, men at markedstenkningen skiller seg fra den ideologien som er tidligere nevnt. Tordsson (2003, s. 325) erkjenner videre dette i en fotnote, der han sier at den kommersielle markedstenkningen ikke er særlig gjeldende for de aktørene han kjenner til. At økonomi ikke spiller størst rolle er noe som sist ble bekreftet, nettopp i bedriftsundersøkelsen (Stensland et al, 2018, s. 54).

### **3.4 Svensk tilnærming**

Sverige har i likhet med Norge en friluftslivshistorie. Ingemar Ahlström (2008, s.181) skriver i boken *Friluftshistoria* om utviklingen av naturbasert reiseliv i Sverige. "En av de stora förändringar som skett inom friluftslivet under de senaste decennierna är att det på allvar blivit kommersiellt interessant. Den växande turistnäringen har insett värdet av naturen och allemansrätten som "turistprodukt".". Fra 1990-tallet, da det bare var snakk om 150 naturbaserte reiselivsbedrifter i Sverige, hadde tallet vokst til 500 bare fem år senere. I likhet med Norge, har Sverige opplevd et skifte i kommersialiseringen av natur de siste 20 årene, blant annet ved åpning for kommersiell virksomhet i Fulufjällets nationalpark i 2002 (Emmelin et al., 2010, s.47). Altså på samme tid som Norge fikk "Fjellteksten".

### 3.4.1 Kan friluftsliv være naturbasert reiseliv?

Kan friluftsliv være naturbasert reiseliv? Linda Lundmark (2009, s.7-8) gjør seg noen erkjennelser når hun drøfter etterspørselen etter naturbasert reiseliv i Sverige. Her bruker hun turist-begrepet i tråd med den definisjonen som UNWTO (2001, s.36) benytter. I den definisjonen er det menneskets aktivitet utenfor vanlige omgivelser som står sentralt. Med det som utgangspunkt påpeker Lundmark (2009, s.7-8) at det ikke er et skarpt skille mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv, fordi så lenge en driver med friluftsliv utenfor vanlige omgivelser, så er man naturturist. Hun viser også til at når en reiser utenfor sine vanlige omgivelser, så genererer det et behov for varer og tjenester som igjen gir økonomiske konsekvenser for det område man besøker. Man er altså da turist, og ved å bruke Fredman et al. (2009, s.25) sin definisjon på den naturbasert reiselivnæringen vil man da kunne si at det er denne næringen som sikrer de varene og tjenestene.

Emmelin et al. (2010, s.18) tar også for seg forholdet mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv. I likhet med Lundmark, gjør de seg den samme erkjennelsen rundt dette overlappet. For å klargjøre dette forholdet mellom reiseliv og friluftsliv har Emmelin et al. (s.50) lagd noen spørsmål.

*Förekommer förflytning från den vardagsliga miljön?*

- Friluftsliv: Ofta inte, men der är heller inte alls ovanligt.
- Turism: Alltid, utifrån vedertagna definitioner av turism.

*Är varksamheten kommersiell?*

- Friluftsliv: Kan vara, men ofta är det inte högre grad än på det indirekta sätt som allt liv i vår typ av samhälle är kommersiellt (t.ex. köps mat och kläder av de flesta människor).
- Turism: Ja, i regel och ofta på ett mycket påtagligt sätt, t.ex. turism som ett viktigt sparmål och utgiftspost; och om man ser turism som ett system (med resor, uppehålle inköp etc.) så är det svårt att tänka sig turism utan kommersiella inslag.

*Bygger verksamheten på och stimulerar naturinteresse?*

- Friluftsliv: Lyfts i regel fram som ett helt centralt element.
- Turism: Kan förekomma och är ibland själva profilen men är oftast inte i fokus.

Figur 1 - (Emmelin et al., 2010, s.50)

Det første spørsmålet adresserer det vi i Norge omtaler som nærfriluftsliv. Altså friluftsliv som skjer innenfor våre vanlige omgivelser. Som turist vil en alltid være utenfor sine vanlige omgivelser. Det andre spørsmålet tar for seg kommersialitet. Her blir friluftsliv sett på som noe som ikke er noe mer kommersielt enn andre sider ved samfunnet. Dette er en interessant måte å se friluftslivets kommersialitet på, noe som står i motsetning til de antikommersielle sidene som kommer til uttrykk hos den radikale dypøkologiske bevegelsen. Det tredje spørsmålet går direkte på en del av diskursen omkring friluftsliv i Norge. Hvorvidt aktiviteter der naturen er underlagt andre elementer fremdeles kan kalles friluftsliv. Dette er noe Odden (2008, s.26) er innom når han stadfester at eksempelvis jogging ikke vil kunne innlemmes som en friluftslivsaktivitet fordi naturopplevelsen er underordnet, sett i forhold til treningsformålet. Disse spørsmålene er med på å illustrere noen likheter og forskjeller, men ettersom både modellen og spørsmålene bare bruker begrepet turisme, og ikke naturturisme er det ikke like enkelt å få nyansene frem. Eksempelvis vil graden av kommersialitet være sentral i enhver virksomhet som arbeider med turisme, men for virksomheter som baserer seg på ansattes livsstil kan dette se annerledes ut. Stensland et al. (2018, s.53) finner dette i sin bedriftsundersøkelse der livsstil og bærekraft blir sett på som viktigere enn inntekt for naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Blant annet vektlegges det å "gi kundene en god naturopplevelse", å "formidle holdninger om naturverdier til kundene", og å "kunne arbeide ute i naturen".

## 4 Metode

Jeg vil i metodedelen av oppgaven vil ta for meg hvordan det er samlet inn datamateriale ved intervju. Spesielt redegjørelsen av utvalget av informanter blir gjennomgått grundig. Dette gjøres for å vise hvordan prosessen har gått fra 596 bedrifter til de seks som er intervjuet. Det blir også redegjort for hvilke bedrifter, og dermed også informanter som er med. Til slutt vil jeg gå gjennom fremgangsmåten ved dataanalyse.

### 4.1 Semi-strukturerte intervjuer

For å samle data er det gjennomført semi-strukturerte intervjuer. Thagaard (2009, s.88-89) deler kvalitative intervjuer i tre; strukturerte, ustrukturerte, og delvis strukturert. Den ustrukturerte formen for intervju har fastlagt tematikken for intervjuet, mens den strukturerte formen for intervju har fastsatt spørsmålene og rekkefølgen på forhånd. Der det er usikkerhet rundt hvorvidt intervjuguiden treffer bra på tematikken vil et mer ustrukturert intervju gi informanten muligheten til i større grad å forme besvarelsen opp mot dens virkelighetsoppfatning. Intervjuene i denne datainnsamlingen baserer seg på to intervjuguider. Den ene er rettet mot bedrifter som bruker begrepet friluftsliv, og den andre er rettet mot de som ikke gjør det. Rekkefølgen er fastsatt, og senere i metodekapittelet grunngis det hvorfor rekkefølgen er slik som den er. Denne rekkefølgen er det ikke et hinder for at informanten kan gå inn på temaer på egenhånd. Som intervjuer har jeg ikke hindret informantene i å gå inn i resonnement som går ut over spørsmålene jeg stiller, men har heller stilt oppfølgingsspørsmål og klargjort hva informanten mener. I tilfeller der jeg mener at informanten allerede har besvart spørsmål jeg kommer til senere har jeg der og da avgjort hvorvidt jeg ønsker å informere informanten om at det aktuelle spørsmålet kommer senere. På den måten har jeg gitt informanten muligheten til å utdype eller klarere svaret sitt. Slik Thagaard (2009, s.89) beskriver delvis strukturerte intervjuer vil intervjuene som er gjort i denne undersøkelsen ligne mer på strukturerte enn ustrukturerte.

## 4.2 Intervjuguide

Ved utforming av intervjuguidene har jeg kategorisert spørsmålene etter temaene jeg vil ta opp. Intervjuguidene ligger som vedlegg 9.1 og 9.2. Begge intervjuguidene hadde samme kategorisering, men noen spørsmål var ulike. Grupperingen var som følger:

- Bakgrunn om bedrift
- Hvordan anvendes friluftsliv
- Profil og definisjon av friluftsliv
- Kundene
- Konflikten
- De ansatte
- Bakgrunn om person

### 4.2.1 Etikk

Under utformingen av intervjuguidene var målet å lage spørsmål som på best mulig måte ville svare på problemstillingen og underproblemstillingene. Samtidig har jeg som student et etisk ansvar overfor informanten. Det betyr blant annet at det ikke vil være etisk å stille spørsmål ikke som er relevante for problemstillingen og underproblemstillingene. Det har også vært viktig å lage en intervjuguide som treffer bra og lar meg skaffe data for å besvare problemstillingen. Det har også vært ønskelig med intervjuer som ikke var så lange. Informantene driver små bedrifter og tiden de bruker på et intervju er tapt arbeidstid for dem. Under utformingen av intervjuguiden stilte jeg meg spørsmålet: Kan jeg begrunne hvorfor jeg spør om dette? På den måten hadde jeg hele tiden et kritisk blikk på hvilke spørsmål som ble utformet. Til slutt ble hele intervjuguiden gjennomgått, og kortet ned. Intervjuguiden var på 32 spørsmål for bedriftene som bruker begrepet friluftsliv, og 26 for de som ikke gjør det. Dette var utgangspunktet for intervjuene. Ettersom metoden var semi-strukturert, vil antallet spørsmål som er stilt kunne variere fra intervju til intervju.

### 4.2.2 Spørsmål etter tema

Videre følger en gjennomgang av de ulike kategoriene med spørsmål i intervjuguiden.

#### *Bakgrunn om bedrift*

Utvalget baserer seg på en liste over naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge, som forskningsprosjektet Biotour har gjort tilgjengelig for denne oppgaven. Denne listen er utgangspunkt for deres bedriftsundersøkelse. Mer utdypende om Biotour og

bedriftsundersøkelsen kommer senere. Ettersom utvalget er hentet fra bedriftsundersøkelsen er det relevant å stille spørsmål om bakgrunnen til bedriften. Med utgangspunkt i de funnene som bedriftsundersøkelsen gjorde vil det være relevant å se om det utvalget jeg har gjort gjenspeiler en gjennomsnittlig naturbasert reiselivsbedrift. Det er også relevant å bli kjent med produktene bedriften selger for å avdekke hvorvidt bedriften faktisk er aktuell for prosjektet. Altså avdekke hvorvidt bedriften selger produkter som ikke kan gå under betegnelse naturbasert reiseliv.

### *Hva de gjør*

Det blir stil spørsmål går direkte på bedriftens virksomhet, og hvordan hverdagen med kundene ser ut. Den offisielle definisjonen på friluftsliv er brukt som utgangspunkt i denne delen av intervjuguiden. Spørsmålene skal avdekke: opphold, miljøforandring, fysisk aktivitet, motorisert ferdsel, og naturopplevelse. Definisjonen er dermed delt opp i flere spørsmål. Denne oppdelingen vil gi meg mulighet til å identifisere ulike forståelser av begrepet friluftsliv, basert på det bedriften gjør.

### *Hva de sier at de gjør*

Videre er det spørsmål som skal avdekke hvordan bedriften ønsker å fremstå. Det er også her det blir spurt inngående om definisjon og bruken av begrepet friluftsliv. I intervjuguiden som er brukt for bedrifter som ikke bruker begrepet friluftsliv blir det her tatt utgangspunkt i informantenes svar for å lede samtalen videre. Også disse informantene blir bedt om å definere friluftsliv.

### *Kundene*

For å få en forståelse av hvilken oppfatning informantene har av kundene sine blir dette også spurt om. Denne oppfatningen kan være avgjørende når bedriften skal markedsføre seg, ettersom kundene gir tilbakemeldinger som kan bli brukt videre. Tidligere kunder kan også være sentrale hvis bedriften baserer seg på å rekruttere kunder fra samme miljø. Ved å ha et godt rykte innenfor en smal bransje, eksempelvis kajakk-kurs vil dette være positivt for bedriften. Det er også relevant å vite hvilket inntrykk informantene har av kundenes friluftslivserfaring. For å si noe om dette blir det stilt spørsmål kundenes forhold til friluftsliv.

### *Konflikt*

For å besvare underproblemstillingen om et eventuelt spenningsforhold mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv blir dette tatt opp som en egen kategori med spørsmål. Her går spørsmålene rett på sak for å avdekke om informanten i det hele tatt har kjennskap til en slik

konflikt. På den måten unngår jeg som intervjuer å legge føringer som vil påvirke informanten til å ta opp noe i stedet for noe annet. Spørsmålene fokuserer på å få frem de gode eksemplene for et slikt spenningsforhold. Det blir også spurt om noen generelle trekk på utviklingen av reiselivsbransjen.

#### *Utdannelse*

For å avdekke om utdannelse kan si noe om bruken eller fravær av bruk av begrepet friluftsliv blir det spurt hvilken utdannelse informanten har. Det blir også spurt om utdannelseskravene som stilles til nye ansatte.

#### *Bakgrunn om informant*

Intervjuet avsluttes med noen korte spørsmål om informantene. Det vil være relevant å se om informantene gjenspeiler funnene i bedriftsundersøkelsen.

### **4.3 Utvalg**

For å finne et utvalg naturbaserte reiselivsbedrifter som bruker friluftsliv som begrep i markedsføringen sin, har jeg tatt utgangspunkt i bedriftsundersøkelsen til Biotour fra 2018. Biotour er et fireårig forskningsprosjekt på naturbasert reiseliv som er ledet av Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU, 2018). Utvalget på seks bedrifter er fordelt med tre bedrifter som bruker begrepet friluftsliv, og tre som ikke gjør det. Det skilles mellom bruk og fravær av bruk, og utvalget består av tre bedrifter for hver av de to gruppene. Dette gjøres fordi antallet bedrifter som bruker begrepet friluftsliv er svært lavt. Utvalget identifiserer ti stykker av 596. Med bakgrunn i at bedriftene er små, og hverdagen travel, så jeg det dermed som risikabelt å belage seg kun på denne gruppen. De resterende som ikke bruker begrepet friluftsliv kan i tillegg til den første gruppen gi nye perspektiver på forholdet mellom reiseliv og friluftsliv.

#### **4.3.1 Bedriftsundersøkelsen**

Biotour har som mål «... å utforske nøkkelbetingelser for videreutvikling av naturbasert reiseliv i norsk bioøkonomi som sikrer næringsutvikling, robuste lokalsamfunn og bærekraftig ressursbruk» (NMBU, 2018). Prosjektet er finansiert av Norges forskningsråd. Innunder prosjektet er det gjennomført en bedriftsundersøkelse som følger opp en kartlegging av naturbaserte reiselivsbedrifter gjort i 2013. Bakgrunnen for å kartlegge reiselivsbedrifter den gang var at etterspørselssiden var godt dekket for i litteraturen, men at det manglet kunnskap om tilbudssiden. Da bedriftsundersøkelsen ble gjennomført i 2017 ble dette gjort for å følge

opp undersøkelsen i 2013 for å «skaffe et bedre datagrunnlag og kunnskap om naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge.» (Stensland et al., 2018, s.12-13).

Stensland et al. (2018, s.6) anslår i rapporten fra bedriftsundersøkelsen at det er mellom 2000-3500 naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Biotour har en liste over 596 bedrifter, som de benyttet i bedriftsundersøkelsen. I denne undersøkelsen har jeg fått tilgang på den listen, og brukt det som utgangspunkt for utvalget. Utvalget til Stensland et al. (2018) er kvantitativt, der målet er å få et representativt utvalg som kan si oss noe om hva som skjer hos naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Mitt utvalg er strategisk kvalitativt. Det betyr at jeg har tatt utgangspunkt i informantenes egenskaper, det er på grunnlag av deres jobb innenfor naturbasert reiseliv at de er aktuelle for prosjektet (Thagaard, 2009, s.55). Videre er utvalget, slik det blir beskrevet her, basert på stadig snevrere kriterier på hvilke egenskaper som er relevante. Til slutt er det min subjektive rangering av bedriftene som avgjør i hvilken rekkefølge bedriftene blir kontaktet.

Ved å ta i bruk data fra bedriftsundersøkelsen tar jeg noen valg som legger noen føringer for det videre arbeidet. Bedriftsundersøkelsen har definert naturbaserte reiselivsbedrifter som «kommersielle foretak som mot betaling tilbyr aktiviteter eller opplevelser i naturen» (Stensland et al, 2018, s. 14). Videre er bedrifter som utelukkende leverte «transport eller overnatting, kun utleie/salg av fiske-/jaktkort, gårdsbesøk, samt anleggsbaserte foretak (eksempelvis ble alpint, golf, badeanlegg ekskludert, mens klatreparker og via ferrata ble inkludert).» Enkelte bedrifter som kun leverte en av disse produktene kunne bli inkludert hvis produktet inneholdt en spesiell type naturopplevelse. Ishotell kan være et eksempel på en slik naturopplevelse. Det som er viktig å få med seg her er at det er denne definisjonen, med sin inkludering og ekskludering av bedrifter, som ligger til grunn for det utvalget som jeg startet med. Det betyr at bedrifter som undersøkelsen ikke har fanget opp heller ikke ville bli tatt med videre i utvalget.

### 4.3.2 Identifisering av bedrifter

For å klassifisere bedriftene fra bedriftsundersøkelsen, basert på deres bruk av begrepet friluftsliv er de delt inn i fem kategorier. Disse er; "Ja", "Ja, i noen grad", "Nei", "Nei, men sjekk ut", "Ikke nettside", og "Andre".

De som er klassifisert «Ja» er bedrifter som bruker begrepet friluftsliv i markedsføringen eller som en del av sin produktbeskrivelse.

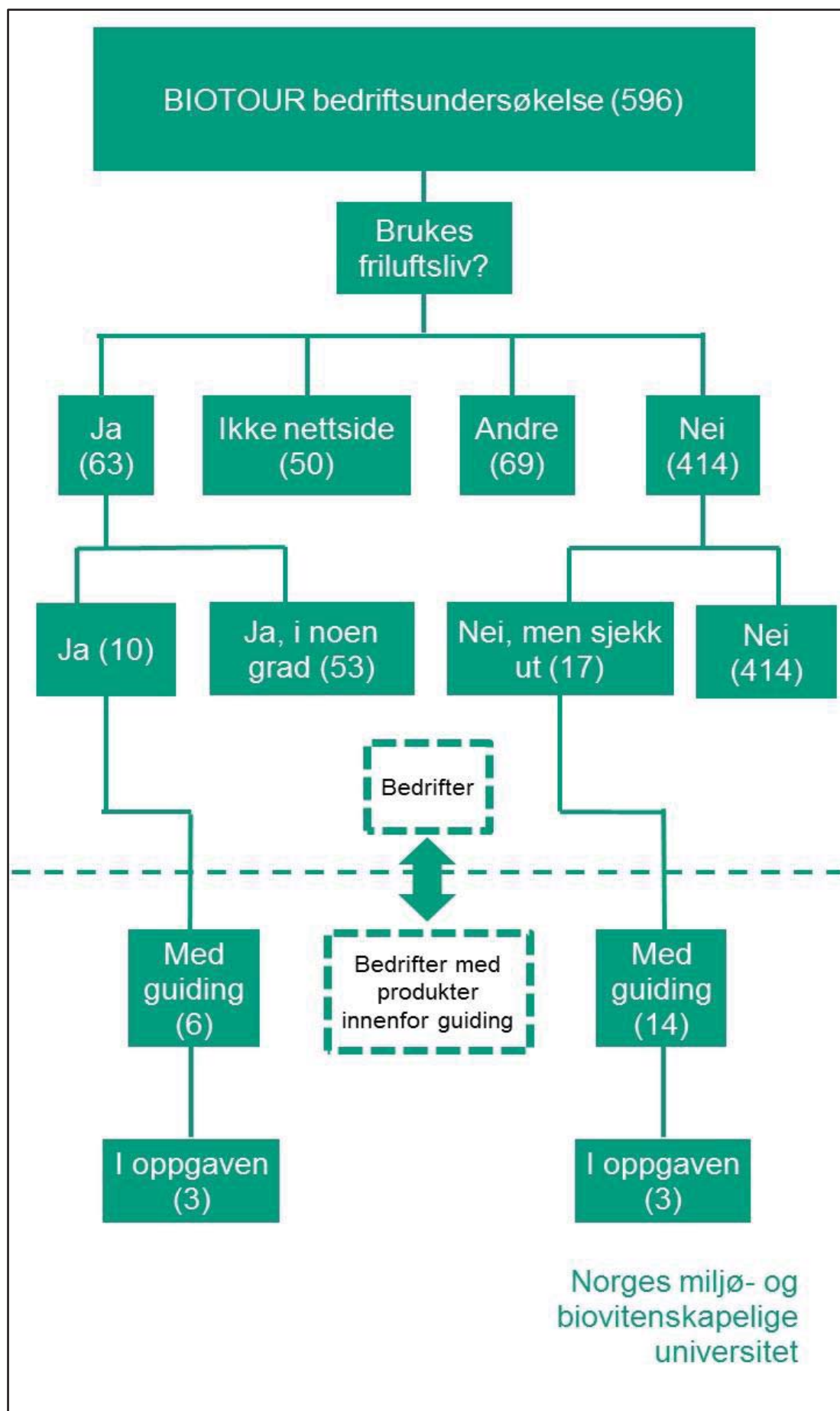
De som er klassifisert «Ja, i noen grad» er bedrifter som nevner friluftsliv på sine nettsider, men som enten gjør dette bare en gang, eller som nevner ordet i beskrivelsen av de ansatte. Eks. "Ola Nordmann har jobbet hos oss i 10 år og har en glødende interesse for friluftsliv".

De som er klassifisert «Nei» er bedrifter som ikke er aktuelle for masteroppgaven.

De som er klassifisert «Nei, men sjekk ut» er bedrifter som leverer produkter tilsvarende de som er klassifisert «Ja». Dette kan også være bedrifter som grundig beskriver aktivitet eller produkter som omhandler friluftsliv, men som ikke nevner begrepet. Det er noen bedrifter som overlapper i denne kategorien og «Ja, i noen grad». Det innebærer at det er bedrifter som leverer tilsvarende produkter som «Ja», men som ikke havner i «Nei, men sjekk ut» fordi begrepet friluftsliv blir nevnt i omtalen av de ansatte.

De som er klassifisert «Ikke nettside» er bedrifter som i bedriftsundersøkelsen hadde oppført nettside, men som ikke lenger fungerer.

Det er også bedrifter som er med i bedriftsundersøkelsen som står oppført som «Andre». Dette er bedrifter som ikke har oppført noen nettadresse eller som ikke er aktuelle for denne oppgaven. Av bedrifter som ikke er aktuelle finner vi DNT-hytter med egen nettadresse. Disse har en spesiell eierstruktur som delvis er kommersiell og delvis er ideell. Selv om det hadde vært interessant å se på DNT sin bruk av begrepet friluftsliv vil det vanskeliggjøre oppgaven å ta inn en så stor og annerledes aktør.



Figur 2 Oversikt over utvalg

### **4.3.3 Utvalg basert på produkter**

Videre er det bedriftene som er kategorisert «Ja» og «Nei, men sjekk ut» som blir tatt med. Disse bedriftene får på nytt gjennomgått sine nettsider for å avdekke hvilke produkter de leverer. Produktene blir delt inn i kategoriene guiding, kurs, event, og overnatting. Flere av bedriftene leverer flere produkter som kan plasseres i de ulike kategoriene. Av de ulike produktkategoriene er det guiding som avgjør om hvilke bedrifter som blir valgt ut. Begrunnelsen for dette er at guiding som produkt lettere lar seg analysere som friluftsliv gjennom handling. Dette er avgjørende for å hvorvidt begrepsbruken samsvarer med de handlinger som bedriften foretar seg. Enklere forklart; hva dem sier dem gjør, og hva dem faktisk gjør. Bedrifter som leverer overnatting og bruker friluftsliv som begrep i markedsføring viser til at overnattingen hos dem er utgangspunkt for å drive med friluftslivsaktiviteter, noe som overlater aktiviteten til kunden selv. Det blir dermed vanskelig å skaffe relevant data ettersom det er bedriftene og ikke kundene som vil bli intervjuet.

### **4.3.4 Endelig utvalg**

Etter å ha valgt ut bedrifter som har guiding som produkt er det 20 bedrifter igjen, der seks av dem er bedrifter som bruker begrepet friluftsliv. De seks ble rangert etter en samlet vurdering av meg, der hvor omfattende begrepsbruken var avgjørende. Med dette som utgangspunkt ble bedriftene kontaktet i rangert rekkefølge. Av de resterende 14, som er fra kategorien «Nei, men sjekk ut» ble det gjort et utvalg av de tre som leverer tilsvarende produkter til de allerede utvalgte bedriftene.

Av det opprinnelige utvalget på 596 bedrifter er det bare 10 som bruker begrepet friluftsliv. Selv om denne undersøkelsen ikke er en kvantitativ undersøkelse, så er utvalget en tydelig indikasjon på at det er få naturbaserte reiselivsbedrifter som bruker begrepet friluftsliv i sin markedsføring.

## **4.4 Gjennomføring av intervju**

Fra utvalget skulle jeg finne seks informanter som ønsket å stille til intervju. Tre av disse informantene skulle være fra bedrifter som bruker begrepet friluftsliv, og tre skulle være fra bedrifter som ikke gjør det, men som leverer tilsvarende produkter. Av den første gruppen hadde jeg seks å velge blant, og av de som ikke bruker begrepet friluftsliv hadde jeg 14 stykker å velge blant. Disse ble subjektivt rangert av meg basert på hvor omfattende begrepsbruken på nettsiden var. I første omgang ble det gjennomført ett prøveintervju i januar

med en av bedriftene som bruker begrepet friluftsliv. Informanten fikk e-post og ble kontaktet via telefon dagen etter. Informanten svarte ja til å delta. Prøveintervjuet ble gjennomført for å utprøve hvorvidt intervjuguiden ville fungere for å besvare problemstillingen og underproblemstillingene. Intervjuguiden viste seg å fungere som ønsket, og prøveintervjuet inngår i datamaterialet på lik linje med de andre intervjuene.

#### **4.4.1 Forberedelser og gjennomføring**

Etter at prøveintervjuet var gjennomført startet arbeidet med å lage en intervjuguide for bedriftene som ikke brukte begrepet friluftsliv. På denne tiden ble det også arbeidet med å få godkjent prosjektet hos Norsk senter for forskningsdata (NSD). Da prosjektet var godkjent og begge intervjuguidene var klare, gjenstod det å gjennomføre intervjuene. Jeg var allerede klar over at bedriftene jeg skulle kontakte var små. Min oppfatning var at de ansatte i stor grad er opptatt med kunder hele dagen og at et intervju gjennomført via e-post ville resultere i lite utfyllende svar. Planen var å sende ut en forespørsel om intervju via e-post, og deretter følge forespørselen opp med en telefonsamtale i løpet av de to neste døgnene med mindre e-posten ble besvart. Dette viste seg å være en effektiv taktikk. Bedriftene var som antatt travle, men de fleste var interessert i å prate. Det ble sendt ut forespørsel til ti bedrifter hvorav to ikke hadde tid, en leverte ikke lengre reiselivsprodukter, og en ga tilbakemelding for sent til å delta. De resterende deltakende bedriftene måtte signere et skriftlig samtykke for å kunne delta i undersøkelsen. Dette samtykket er utformet etter mal fra NSD (Se 9.3).

De resterende intervjuene ble utført fortløpende. Jeg holdt oversikt over bedriftene ved hjelp av et Excel-ark som inneholdt kontaktinformasjon og koden som er brukt for å anonymisere informanten. Excel-arket inneholdt også informasjon om henvendelsesmåte (e-post, telefon eller SMS) samt om det var gjort avtale om intervju. Dersom bedriftene ønsket en kopi av oppgaven i etterkant er dette også notert i dette dokumentet.

Intervjuene ble gjennomført via telefon. På den måten var jeg ikke avhengig av å reise rundt i hele landet. Dette ville ha kostet tid og penger som prosjektet ikke var velsignet med. Det kan diskuteres om jeg har mistet relevant informasjon ved å intervju informantene via telefon. En telefonsamtale vil kanskje ikke innby til lengre utgreiinger eller samtaler på samme måte som et fysisk møte vil. Jeg kan dermed potensielt ha mistet relevant informasjon ved at informantene har holdt tilbake historier som ville tatt for lang tid å ta opp i løpet av en telefonsamtale. Samtidig har telefonsamtalene gjort det mulig for informantene å gjennomføre intervjuene på tider der det ikke ville vært naturlig å møte opp fysisk. Et intervju ble

eksempelvis holdt sent på kvelden, mens et annet ble holdt mens informanten satt i bilen på vei hjem fra jobb. Telefonsamtalene har også gjort at lengden på intervjuene har blitt holdt innenfor rimelighetens grenser. Det lengste intervjuet varte i en time, og det korteste varte i 20 minutter.

## **4.5 Om bedriftene**

Det ble stilt tre spørsmål om bedriftene. Det gjaldt samarbeidspartnere, produkter, og antall ansatte. Videre følger en oppsummering av hva informantene svarte og en sammenligning med funnene i bedriftsundersøkelsen. Samtidig er det viktig å skille mellom Stensland et al. (2018) sitt kvantitative arbeid, og dette prosjektet som er kvalitativt. Jeg kan dermed ikke trekke kvantitative slutninger ut fra et kvalitativt utvalg. Det som er aktuelt å påpeke er hvorvidt mitt utvalg faller utenfor normalen.

Alle bedriftene har samarbeidspartnere som promoterer og skaffer kunder. En informant har i stor grad bare basert seg på europeiske turoperatører i Tyskland, Østerrike, Sveits, Nederland og Belgia. De resterende samarbeider enten med destinasjonsselskap og retter seg hovedsakelig mot utenlandske turister. Dette gjelder fire av de seks bedriftene. Tre av bedriftene holder kurs etter mal fra særforbund som Padleforbundet, DNT, Norsk Fjellsportforum og Klatreforbundet, og retter seg hovedsakelig mot norske kunder. Noen av disse bedriftene samarbeider både med destinasjonsselskap og særforbund. Ifølge Stensland (2018, s.47) er 51% av naturbaserte reiselivsbedrifter medlem i destinasjonsselskap. Det vil si at mitt utvalg i større grad samarbeider med destinasjonsselskap enn det som er gjennomsnittet for landet. I bedriftsundersøkelsen (Stensland 2018, s.48-49) kommer det også frem at 67% har forretningsforbindelse med organisasjoner som leverer tillatelser til virksomheten. I mitt utvalg gjelder dette de tre som leverer kurs etter mal fra særforbund. Prosentmessig er det noe under landsgjennomsnittet, men likevel ikke noe som gjør at utvalget mitt skiller seg særlig ut.

Når det gjelder produkter er det fire av bedriftene som blant annet leverer guiding eller kurs innen havkajakkpadling. Fire av disse har fjellturer som en del av produktene sine. Utenom dette har bedriftene ett bredt spekter av produkter som de leverer. Blant annet utleie av utstyr, servering, overnatting, hundekjøring, rafting, juvvandring og kanopadling. Stensland (2018, s. 29-28) påpeker at fjellturer er det vanligste produktet som leveres av bedriftene. Havkajakk er et mindre utbredt produkt med bare 8% på landsgjennomsnitt. Utvalget for oppgaven har dermed en overvekt av bedrifter som leverer kurs eller guiding innenfor havkajakk.

Alle bedriftene er små der fem av dem hadde én ansatt som sto for hoveddelen av arbeidet som ble gjort. En bedrift skiller seg markant ut der to ansatte arbeidet hele året rundt mens det i sommersesongen kunne være fem til seks personer i arbeid. I bedriftsundersøkelsen (Stensland, 2018, s.63) kom det frem at 29,6% av bedriftene hadde en ansatt. Det vil si at utvalget i denne oppgaven avviker fra snittet i antall. Samtidig faller alle bedriftene i utvalget her under det bedriftsundersøkelsen finner hos flertallet; det hovedsakelig er under 10 ansatte totalt sett i bedriftene.

Det ble ikke lagt spesielt til rette for å sikre at informantene kom fra spesifikke steder i landet. Det er likevel verd å merke seg at utvalget i denne oppgaven gir god geografisk spredning over store deler av landet med en informant fra Sørlandet, to fra Vestlandet, en fra Østlandet, en fra Midt-Norge og en fra Nord-Norge. At spredningen er såpass stor vil kunne sies å være en styrke ettersom lokale særegenheter muligens ville kunne gi utslag i svarene.

#### **4.6 Om informantene**

I intervjuguiden blir det spurt om informantenes stilling, alder, kjønn og utdanning. Videre følger en rask redegjørelse av dette. Blant informantene er det fire som er daglig leder, en er salgs- og markedssjef og en er styreleder. De to sistnevnte hadde også andre arbeidsoppgaver, men brukte disse to titlene når de skulle representere bedriften. Aldersspennet er fra 28 til 53 år. Kun en av informantene er kvinne, de resterende er menn. Alle informantene har akademisk utdanning. Det er blant annet to ingeniører, to lærere og en arkitekt. Alle disse har hatt jobber innenfor det de er utdannet som, men har på et tidspunkt i livet valgt å starte i reiselivsbransjen. Tre av informantene holder kurs i kursstigen til DNT, Klatreforbundet, Padleforbundet og Norsk Fjellsportforum. Disse har alle selv tatt kursene som trengs for å være instruktør. En av informantene har en omfattende akademisk utdanning innen villmarksliv fra Tyskland og USA, og en annen har veglederutdanning fra Norges Høgskole.

Bedriftsundersøkelsen (Stensland et al., 2018, s.69-70) viser at 75% av de som svarte på undersøkelsen var daglig leder, 61% var mellom 40 og 60 år, tre av ti var kvinner, og 61% av informantene hadde ett eller flere år(s) utdanning fra høyskole eller universitet. Når det gjelder stilling og alder gjenspeiler informantene i denne oppgaven landsgjennomsnittet godt.

Av de seks informantene er det bare en kvinne. Dette er halvparten av landssnittet. Kjønn er ikke et tema i problemstillingen, jeg ser det dermed det lave antallet som uproblematisk.

Alle informantene har akademisk utdanning. Dette gjenspeiler ikke funnene til Stensland et al. (2018, s. 70) som fant at 61% av bedriftseierne innen naturbasert reiseliv hadde akademisk utdanning. Flere av informantene i denne undersøkelsen uttrykker at de tok en utdanning og har tidligere arbeidet innenfor sitt fagfelt. På et tidspunkt har de valgt å starte i reiselivsnæringen, enten på fulltid eller ved siden av annen jobb. Ettersom 39% av bedriftseierne ikke innehar akademisk utdanning er det verd å spørre seg hvilke perspektiver undersøkelsen kan ha mistet. Odden (2008, s. 31) trekker frem nettopp dette med utdanning som en konfliktlinje innen friluftsliv. Her setter han akademikere og borgerskap opp mot arbeidere og bønder. Skiller abstrakte og filosofiske ideer om naturen fra praktisk kunnskap og nyttetenkning. Ved å ta med seg det inn i dette tilfellet vil det være grunn til å tro at undersøkelsen kan ha mistet perspektiver om det rent praktiske og nyttetenkningen innen friluftsliv.

#### **4.7 Anonymisering**

Alle informantene og bedriftene er anonymisert. For å invitere informantene til prosjektet er det kommunisert via e-post og telefon. Her er mitt, informantene- og bedriftene sine navn nevnt. I tillegg er det opprettet en liste over informantene. Denne listen inneholder koder som er brukt i transkripsjonene. Eksempelvis kan en informant ha koden C-7. Listen med koder og informanter er det kun jeg som student og mine to veiledere som har hatt tilgang på. Den vil bli slettet etter at oppgaven er levert inn, i tråd med det samtykket som alle informantene har signert, og NSD sine retningslinjer.

I resultatpresentasjonen er det brukt fiktive navn på bedrifter og informanter. Dette er gjort for å gjøre teksten mer levende. Et virkemiddel for meg selv i skriveprosessen, men også for deg som leser. De fiktive navnene til bedriftene er laget for å gjenspeile de reelle bedriftene. Samtidig er det gjort på en slik måte at det ikke skal være enkelt å koble det fiktive navnet til det opprinnelige. Der det er brukt stedsnavn i oppgaven har jeg benyttet navn som ikke eksisterer i Norge. Dette er sjekket ved å bruke Kartverket sin database Norgeskart.no.

Å totalt anonymisere informantene er tilnærmet umulig. I en kvalitativ undersøkelse der informantenes uttalelser står sentralt vil det hele tiden være en mulighet for at personer som kjenner informantene godt vil kunne identifisere hvem de er. Det er også svært få bedrifter som bruker begrepet friluftsliv i sin markedsføring. Hvis en person går inn for å identifisere hvem disse bedriftene er, for deretter å sammenligne opp mot de uttalelsene som det blir vist til, kan jeg ikke garantere at de ikke finner ut hvem som står bak uttalelsene. Det betyr at de

tre bedriftene som bruker begrepet friluftsliv er utsatt i større grad enn de som ikke bruker begrepet friluftsliv. Jeg ser det som lite sannsynlig at bedriftene vil kunne bli identifisert, men til syvende sist kan jeg heller ikke garantere det.

## 4.8 Dataanalyse

Mehmetoglu (2005, s.366-370) tar for seg dataanalyse i kvalitativ forskning innen reiseliv. Han viser til en metode som han kaller åpen (substantiv) koding. I denne formen for koding blir transkripsjoner fra intervju gjennomgått for å abstrahere. Datamaterialet blir generalisert i kategorier for enklere å kunne arbeide med det. Denne prosessen starter ved å identifisere indikatorer. En indikator kan være et ord eller en beskrivelse. Videre vil indikatorene samlet sett inngå i flere konsepter. Et eksempel vil være at en informant sier "snøscooter" mens en annen beskriver transport av utstyr til og fra startstedet for en tur. Begge disse vil passe inn under konseptet "motorisert ferdsel". Videre lages det kategorier. Kategoriene som er laget for denne dataanalysen er basert på konseptene, og på de problemstillingene som oppgaven har. På den måten peker kategoriene på problemstillingene samtidig som de baserer seg på det datamaterialet som er samlet inn. Her er det viktig å få med seg at et konsept kan passe inn i flere kategorier (Memetoglu, 2005, s.368). I det tidligere nevnte eksempelet vil "motorisert ferdsel" kunne være et konsept som kan passe inn i kategorien "konflikt", men også i "begrunnelse" (for begrepsbruk).

Memetoglu (2005, s.369) foreslår å bruke tekstbehandlingsprogrammet Word for å gjøre denne prosessen. I dag finnes det flere dataprogrammer som kan forenkle dataanalysen, men på grunn av knapphet på tid valgte jeg å gjøre det manuelt slik som Memetoglu foreslår. I databehandlingen for denne oppgaven ble det gjort slik. Det ble laget seks kategorier basert på konseptene som kom fra gjennomlesning av alle transkripsjonene. Kategoriene er:

|                      |             |
|----------------------|-------------|
| Hvem de er           | Begrunnelse |
| Hva de gjør          | Kunder      |
| Mening og definisjon | Konflikt    |

Kategoriene "Mening og definisjon", "Begrunnelse", "Kunder" og "Konflikt" belyser problemstillingene direkte. "Hvem de er" er en kategori der all kvantitativ data om bedriftene og informantene samles. Kategorien "Hva de gjør" fanger opp det informantene har sagt om den daglige driften og hva den består av. Denne kategorien favner bredt og gir en helhetlig beskrivelse av bedriftene. Den vil dermed kunne fange opp viktig data som de andre kategoriene kan overse. Fargekodingen til kategoriene ble brukt til å markere hvilke utsagn som passet inn i hver kategori. Dette ble gjort for hver av transkripsjonene. Deretter ble utsagnene samlet i egne Word-dokument for de ulike kategoriene. På den måten satt jeg med ett dokument for hver av kategoriene som skulle presenteres.

## **4.9 Hermeneutikk**

Når datamaterialet er transkribert og kodet skal datamaterialet fortolkes. Tolkningen av de transkriberte tekstene er gjort med et hermeneutisk utgangspunkt. Det vil si at jeg er på jakt etter meningsinnhold som ikke bare ligger eksplisitt i tekstene, men også en mening som ligger dypere (Thagaard, 2009, s.39). Det vil si at det finnes flere lag med mening som jeg som fortolker skal hente frem. Dette betyr igjen at det er min fortolkning som kommer til uttrykk i presentasjonen av datamaterialet. Thagaard (2009, s.39) poengterer at en hermeneutisk tilnærming: "legger vekt på at det ikke finnes en egentlig sannhet, men at fenomener kan tolkes på flere nivåer.". Videre viser Thagaard (2009, s.42) til Geertz som skiller mellom erfaringsnære og erfaringsfjerne begreper. Erfaringsnære begreper er de begrepene som informantene bruker for å beskrive virkeligheten sin. Jeg bruker de erfaringsfjerne begrepene for å knytte disse uttalelsene videre teoretiske rammeverket. Denne fortolkningen som skjer når de erfaringsfjerne begrepene brukes kalles for dobbelt hermeneutikk fordi den fortolkningen som jeg gjør baserer seg på fortolkningen som informanten har av virkeligheten (Thagaard, 2009, s.42).

## 5 Resultater

Videre presenteres resultatene fra intervjuene. De er strukturert etter problemstillingene og tar for seg ett sitat for hver av avsnittene. Det gis en kort presentasjon av informantene og bedriftene fortløpende.

### 5.1 Hvilken mening ilegges begrepet friluftsliv?

#### 5.1.1 I møte med norske kunder

Hvilken mening som ilegges i friluftsliv, er svært sentralt i drøfting av både underproblemstillingene, men også hovedproblemstillingen. Spørsmål om hvorvidt produktene som bedriftene selger kan forstås som er friluftsliv kan være med på å avdekke dette. "Kjell" driver et enkeltpersonforetak i Midt-Norge. Firmaet, "Dype dønninger" leverer kurs innenfor kajakkpadling, skredlære, og turløp. Dette var "Kjell" sine svar på hva som menes med friluftsliv:

*«Intervjuer: Hva er det som gjør at produktene dine kan betegnes som friluftsliv?»*

*"Kjell": At de både, så langt det er mulig har aktivitetene våre i denne her frie naturen jeg snakker om pluss at vi inspirerer til at deltakerne legger til rette for trene opp i at deltakerne selv kan gjøre mer av det samme i den, også innenfor den definisjonen da.*

*Intervjuer: Ja*

*"Kjell": Av friluftsliv. Så å gjøre det i friluftsliv, fri natur. Og vi inspirerer til mer bruk av fri natur. Så i hodet mitt er det ikke noe tvil om at det er friluftaktiviteter vi driver med.*

*Intervjuer: Ja, nei.*

*"Kjell": Det er som i helgen når vi har vært 42 timer sammenhengende utendørs. De fleste av de timene over skoggrensene, så, ja, da er det friluftsliv.»*

"Dype dønninger" retter seg i hovedsak mot norske kunder. "Kjell" har uttalt at han en periode arbeidet mer mot utenlandske, men fikk ikke helt samarbeidet med de andre turistaktørene til. Han kjente også på en vegring for å guide turistene innenfor en ramme der engangsopplevelsen skulle fremfor mestring og læring. I dag fokuserer "Kjell" på kursing av nordmenn. Dette kommer frem i hans forståelse av friluftsliv. Først trekker han frem den frie naturen, at så langt som det er mulig, så vil aktivitetene foregå der. I dette ligger det et ønske om å søke den uberørte naturen, og å løfte den opp. Samtidig er det en erkjennelse av at det

ikke alltid er mulig. Eksempelvis starter kajakkturen ofte på kaien som er bygget i strandsonen, og turisthytten som ligger langt inne på heia er et inngrep i naturen. Her har "Kjell" i svært korte trekk vist refleksjon over et tema innenfor friluftslivstradisjonen som har vært drøftet flere ganger, altså hvorvidt graden av uberørt natur skal være sentral i forståelsen av friluftsliv. Videre går han inn på aktiviteten og de pedagogiske sidene ved kursene hans. Her er det ikke snakk om instruksjon, men om inspirasjon som kan få deltakerne til å trene og tilegne seg de ferdighetene de behøver for å utøve aktiviteten på egenhånd. Dette er sentrale elementer i den veiledningstradisjonen som har utviklet seg innenfor de ulike utdannelsene og kursene som går inn under friluftsliv. Men så går "Kjell" videre. Det er ikke bare ferdigheter som kundene skal tilegne seg. De skal også drive aktiviteten innenfor hans forståelse av friluftsliv som han fremmer. Det er altså et skille mellom aktivitet innenfor og utenfor hans forståelse av hva friluftsliv er. "Kjell" er ikke i tvil om at han er innenfor, og fremmer det som er innenfor hans forståelse av friluftsliv. Så trekker han frem to elementer til; tidsbruken og type natur. I intervjuguiden blir det spurt om hvor lenge turene bedriftene arrangerer varer. Her er det stor variasjon mellom de ulike bedriftene. Enkelte bedrifter arbeider med korte turer på bare noen timer, mens andre har turer som går over flere dager og opp til to uker. "Kjell" trekker altså frem tidsbruken, og bruker det som argument for å underbygge at det er friluftsliv bedriften hans arbeider med. Hvis vi ser tilbake på den offisielle definisjonen på friluftsliv så sier også den noe om "opphold" og "miljøforandring", som kan leses som en tidsdimensjon for definisjonen (Finansdepartementet, 1973, s.13). At tidsdimensjonen kunne være viktig for informantene var bakgrunnen for at nettopp tid ble tatt opp intervjuguiden. Det viste seg at bare noen av informantene vektla tid slik som "Kjell". Samtidig er det viktig å vise til det "Kjell" kommer med, at tid faktisk også kan være en del av denne forståelsen av friluftsliv. Så sier han også noe om typen natur. At eksempelet han bruker, er fra en tur der de oppholdt seg mesteparten av tiden over skoggrensen. Når "Kjell" sier: *De fleste av de timene over skoggrensen, så, ja, da er det friluftsliv.*», så lager han et skille i naturtyper. Enkelte naturtyper, som eksempelvis høyfjellet, blir sett på en faktor som spiller inn i hans forståelse av friluftsliv. Bedriften til "Kjell", "Dype dønninger", holder også kurs i kajakkpadling på havet. Det kan dermed bli vanskelig å si at "Kjell" med denne uttalelsen ekskluderer andre naturtyper enn høyfjell. Selv om både den forvaltningsrettede definisjonen til Kaltenborn (1993, s.4) og den som Faarlund (2003, s.32) kommer med nevner natur eksplisitt, blir det ikke spesifisert noen form for type natur. Dette kommer derimot opp noen steder i historien om friluftsliv. Blant annet viser Tordsson (2003, s.92) til at fjellet ble sett på som viktig for å

få turister til Norge på begynnelsen av 1800-tallet. Han viser videre til Christensen (1993, s.38-40) som redegjør for hvordan Norge ble sett på som fjellets rike av resten av Europa på 1700-tallet. Også Sörlin og Sandell (2008, s.88) tar opp typer natur som har hatt en spesiell stilling. De tar for seg Svensk friluftsliv, der hovedvekten av arbeidet til Svenska Turistföreningen dreide seg om å tilgjengeliggjøre fjellet frem mot 1900-tallet. Med dette som utgangspunkt kan det tenkes at "Kjell" sin forståelse av friluftsliv, der naturtype spiller inn, kan ha sine røtter i tidlig friluftslivshistorie.

### 5.1.2 I møte med utenlandske kunder

Til forskjell fra "Dype dønninger", sikter "Hjortefossen guiding" seg inn mot både norske og utenlandske kunder. "Hjortefossen guiding" som "Sigrid" driver, bruker også begrepet friluftsliv i markedsføringen sin. Bedriften holder til på Vestlandet og "Sigrid" er innehaver, men får hjelp av ektemannen når det er sesong [Sommer]. Bedriften sikter seg inn mot utenlandske kunder, men har også en kajakkskole for norske ungdommer. I fremtiden ønsker de å arbeide inn mot mennesker med fysiske funksjonshemninger for å gi dem en mulighet til å gjøre og oppleve friluftsliv. Her snakker "Sigrid" om hvordan hun tilpasser friluftsliv i møte med utenlandske kunder:

*«"Sigrid": Ja, så jeg vil jo si at det, de aktivitetene våre, fordi vi er jo veldig personlig. Det er veldig tett oppfølging av de gjestene som vi har med oss på tur, vi er jo alltid med selv med hele oss. Vi gir jo mye av oss selv med dette her. Og viser egentlig frem livsstilen vår gjennom aktivitetene våre, og så tilrettelegger vi jo selvfølgelig. Når vi går turer på privaten så er det jo brattere, lengre, vi klatrer, vi står på ski, vi lever jo ut hele spekteret av friluftsliv fordi vi bor her vi bor. Og med turister så tar en jo nivået veldig ned. (humrer). Det er soft adventure, som vi sier.*

*Intervjuer: Ja, ja*

*"Sigrid": Ja. Men det betyr jo ikke at det er en del av friluftslivet, for det... vi gir jo en smak av det.»*

"Sigrid" fremhever sin egen livsstil i intervjuet. Hun bor på Vestlandet for å være nær den naturen som hun ønsker å drive friluftsliv i. Denne livsstilen er det hun ønsker å gi turistene en smak av når de er på tur med henne. Det sentrale for henne er det personlige møte med turisten, der turisten får et innblikk i norsk friluftslivstradisjon. "Sigrid" driver med friluftsliv på fritiden, og justerer hennes egne aktiviteter for å passe uerfarne turister. Nivået senkes og hun beskriver det som «soft adventure». «Soft adventure» er fremdeles friluftsliv ifølge

"Sigrid", men det er bare en smak av det. Ved å se tilbake på definisjonen som Hill (1995, s.63) har for soft adventure, så samsvarer den på noen områder med "Sigrid" sin forståelse. Dette gjelder da at det ikke kreves spesielle ferdigheter av turistene, og at de er ledet av en guide. Det ligger også en betraktning av risiko, når hun viser til mer risikofylte aktiviteter som hun driver på fritiden, og at nivået blir tatt ned når hun skal ut med kundene. "Sigrid" sine betraktninger om hennes eget friluftsliv kontra det som skjer sammen med kundene viser også noe som kan minne om slow adventure, begrepet som Varley og Semple (2015) skriver om. Ved å "oversette" deler av det friluftslivet som "Sigrid" og familien lever, tilpasser hun aktivitetene etter kundenes forutsetninger. Sett opp mot "Kjell" sine betraktninger, er "Sigrid" sitt syn på friluftsliv mer knyttet til de relasjonelle sidene ved fenomenet, som Pedersen (1999, s.18) skriver om. Disse relasjonelle sidene uttrykkes ved at ønske om å gi turistene smaken av friluftsliv gjennom egne opplevelser. De erfaringene som turistene gjør seg er sentrale i guidingen til "Sigrid".

## **5.2 Definisjon av begrepet friluftsliv**

### **5.2.1 Friluftsliv som naturnærvær**

"Ludvig" driver enkeltpersonforetaket "Norsk naturliv". Han bruker ikke begrepet friluftsliv, men blir svært engasjert da jeg spør om han vil være informant. Det kommer frem i intervjuet at han vurderer å begynne å bruke begrepet friluftsliv i markedsføringen sin. "Ludvig" lever seg inn i temaet for intervjuet. Allerede da han blir invitert til å delta i prosjektet uttrykker han engasjement for intervjuet og synes temaet jeg tar opp er "spennende". "Ludvig" hadde brukt de fem dagene mellom forespørselen og intervjuet til å tenke mye på hva han skulle si når jeg ringte. Når jeg starter intervjuet får jeg knapt stilt ham spørsmål, før han begynner å legge ut om det han har grublet på. Dette svarte han da jeg spurte ham om en definisjon på friluftsliv: *«Ja, det er et vanskelig spørsmål! Friluftsliv er en måte å møte naturen på, med bevissthet om verdien naturen har i seg selv, og verdien den har for oss mennesker.»*

"Ludvig" uttrykker vanskeligheten ved å definere friluftsliv. Som intervjuer er det her en anledning til å rette kritikk mot min egen utforming av spørsmål. Å spørre om en definisjon vil kunne implisere at jeg forventer at informantene går rundt og husker en definisjon på et begrep som i begrepsavklaringen har vist seg å vanskelig la seg definere av både forvaltningen og det akademiske miljøet. I ettertid har jeg spurt meg om å spørre om en forståelse nok ville truffet bedre.

I løpet av intervjuet tar "Ludvig" flere ganger opp en utvikling som han mener skjer i reiselivsbransjen. En utvikling der fokuset er en samlebåndsmåten, der turistene blir servert et ferdig lagd produkt. Når dette skjer får ikke turistene opplevd det Ludvig kaller for naturnærvær. "Ludvig" uttrykker at denne forståelsen av reiselivsnæringen gjør at han føler ambivalens mot å se seg sin egen bedrift som del av reiselivsnæringen. Tordsson (2003, s. 325) beskriver noe av det samme når han drøfter kommersielle interesser og friluftsliv. Han mener at markedstenkingen kan føre til draging bort fra ideelle verdier i friluftsliv. Sett fra et reiselivsperspektiv vil nok økoturisme være nærliggende "Ludvig" sin forståelse av friluftsliv. Han nevner ikke begrepet økoturisme, men økoturisme hadde sitt utspring i et ønske om å være et alternativ mot det som miljømessig ble sett på som en negativ utvikling innen reiseliv (Fredman et al., 2009, s. 23).

"Ludvig" er innforstått med at det finnes ulike forståelser av friluftsliv, og at de nødvendigvis ikke samsvarer med hans egen. Denne tilnærmingen til begrepet friluftsliv er det flere av informantene som gir uttrykk for. Det kan vitne om den samme tilnærmingen som Tordsson (2003, s. 11) gir uttrykk for når han avviser en essensialistisk forståelse av friluftslivets egenart. Ludvig bruker også store deler av nettsiden sin til å beskrive det han omtaler som naturnærvær. Dette kommer også frem i sitatet over. Møte med naturen og verdien den innehar for oss mennesker er meningen med friluftslivet i hans øyne. Dette uttrykker Ludvig også er formålet med bedriften hans. Det å gi turistene muligheten til å oppleve naturen slik han gjør det. Ludvig leverer også kurs, for å lære seg hvordan man skal tilnærme seg naturen for å oppleve naturnærvær. Dette fokuset på naturnærvær samsvarer med det Faarlund (1977a) skriver om. Faarlund ser menneskets- og samfunnets utvikling som en gradvis forflytning fra naturen. Fra en tilværelse der mennesket levde i og av naturen, til en unaturlig tilværelse i et teknofisert samfunn. Her blir friluftsliv svaret på hvordan mennesket kan søke seg tilbake til naturen. Ludvig viser selv også til Faarlund i intervjuet, og sier at han er inspirert av Faarlund sine tekster om friluftsliv.

### 5.2.2 Friluftsliv som utendørsaktivitet

"Fra fjorden til berget" er et lite enkeltpersonforetak i Sør-Norge som fokuserer på kajakk og klatring. "Ståle" har foretaket ved siden av jobben som ingeniør, og har brukt begrepet friluftsliv i markedsføringen helt siden han startet opp i 2003. Han har en travel hverdag, og intervjuet blir gjort raskt. Svarene var ikke særlig lange, men jeg opplever at de rommer mye spennende.

*«Intervjuer: Kurs og utleie ja. Nå er det jo sånn at du bruker begrepet friluftsliv på den nettsiden. Men hvordan vil du definere friluftsliv.*

*"Ståle": Det er jo å være ute i naturen. Å drive eventuelt ofte aktivitet da.*

*Intervjuer: Ja*

*"Ståle": Trygge omgivelser da.*

*Intervjuer: Mhm. Hva, hva*

*"Ståle": Men det trenger jo nødvendigvis ikke å være noe ekstremt. På en måte.*

*Intervjuer: nei. Nei. Ikke sant. Det er noe som som alle skal ha mulighet for å delta i?*

*"Ståle": Ja, ja.*

*Intervjuer: Ja. Hva er det som gjør at produktene kan betegnes som friluftsliv?*

*"Ståle": Man er ute.*

*Intervjuer: Ja, ja.*

*"Ståle": Og bruker naturressursene på en måte. Da er man ute på en måte. Og må ta hensyn til de reglene som er.»*

"Ståle" trekker frem to elementer med en gang. "Aktivitet" og "ute i naturen". To av de sentrale elementene i den offisielle definisjonen på friluftsliv (Finansdepartementet, 1973, s.13). Produktene til de andre bedriftene i undersøkelsen kan også gå under aktivitetsbaserte ettersom alle fokuserer på aktiviteten som gjøres i fremstillingen av produktene. Bortsett fra "Ludvig" hos "Norsk naturliv", er aktiviteten en sentral del i forståelsen av friluftsliv hos de øvrige bedriftene. Så legger "Ståle" til en presisering om at aktiviteten skal skje i trygge omgivelser. Dette kan være et uttrykk for "Ståle" sin forståelse av friluftsliv, der ferdighetene til den som utøver friluftsliv bør stå i forhold til de omgivelsene som aktiviteten foregår i. Hvis vi ser til litteraturen er dette noe Faarlund (2003, s.38) skriver om. Faarlund omtaler det som "ferd etter evne". Dette samsvarer med de andre bedriftene som i likhet med "Fra fjorden til berget" leverer kurs som en del av produktene sine. "Ståle" sier dermed noe om at hans forståelse av friluftsliv ikke er basert på risikosøkende aktivitet. Han presiserer så at aktiviteten ikke nødvendigvis trenger å være "ekstrem". Det blir ikke utdypet hva "Ståle"

mener med "ekstreme" aktiviteter, men både Brymer (2005) og Hunt (1996) trekker frem risiko som sentralt i ekstremспорт. Både Brymer og Hunt spesifiserer at det er risikoen for dødelig utfall som skiller ekstremспорт fra andre aktiviteter.

Dette gjør at deltakerne i aktiviteten må inneha spesiell kompetanse for å utøve aktiviteten, og være klar over marginene. For "Ståle" sin del kan det være et uttrykk for å presisere at aktivitetene som hans bedrift leverer ikke er av en slik art. At det ikke er slik at deltakerne må ha spesiell kompetanse for å delta på turene hans, heller ikke for å ta nybegynnerkursene som han arrangerer. Og at aktivitetene ikke innebærer høy risiko.

Mot slutten av sitatet går samtalen over i begrunnelsen for at produktene kan kalles friluftsliv. Her kommer "Ståle" med en presisering av natursynet i hans forståelse av friluftsliv. Han snakker om å bruke naturressursene. Dette kan sees som et uttrykk for at naturen brukes for å utøve aktiviteten. Bortsett fra "Ludvig" hos "Norsk naturliv", er aktiviteten også en sentral del i forståelsen av friluftsliv til de øvrige bedriftene. Dette synet på friluftsliv minner om de forvaltningsrettede definisjonene, som også har aktivitet som en sentral del (Odden, 2008, s.25). Det er helt klart nyanser mellom informantene i hvordan natur blir vektlagt i de ulike definisjonene av friluftsliv, men i likhet med "Ståle" sin forståelse er det et klart aktivitetsfokus.

## **5.3 Begrunnelse for begrepsbruk**

### **5.3.1 Friluftsliv som personlig møte**

Utvalget viste at svært få bedrifter innenfor naturbasert reiseliv bruker begrepet friluftsliv. Når "Sigrid" hos "Hjortefossen guiding" blir spurt om begrunnelsen for hvorfor akkurat begrepet friluftsliv blir brukt på nettsiden svarer hun dette:

*«"Sigrid": Nei, det handler vel om at det [kort pause] tenk deg at vi skulle brukt ordet «uteliv», det har jo en helt annen betydning.*

*Intervjuer: Ja.*

*"Sigrid": Så friluftsliv, det forklarer jo egentlig [kort pause] da ligger det jo i ordet at da er det ute i friluft. Og det er jo egentlig veldig forklarende uansett hvilket land du kommer fra sikkert, men at vi bruker begrepet friluftsliv handler om at vi driver en bitteliten bedrift. At alt det vi gjør er fundert i oss som personer. Altså jeg og mannen min. Det er familiebedriften vår. Og vi er friluftsfolk. Og det er fordi vi er friluftsfolk at vi har startet med dette her, fordi vi vil dele gode opplevelser med den naturen her.»*

Som tidligere nevnt fokuserer "Sigrid" hos "Hjortefossen guiding" på det personlige møte med turisten. Det kommer hun tilbake til her, men først kommer hun med et eksempel på et begrep som ikke kunne blitt brukt, nemlig "uteliv". I dette svaret ligger det nok en tanke om at friluftsliv er forklarende for det bedriften gjør. "Uteliv" kunne også fungert som beskrivelse av produktene som "Sigrid" selger, hadde det ikke vært for at begrepet er knyttet til helt annen form for aktivitet enn det hun faktisk leverer. Hun kunne sagt at turene som hun arrangerer er en måte å leve livet utendørs; dermed uteliv, men det ville fremdeles kunne kobles til natthklubber, lysshow og promille. Friluftsliv er et begrep som innehar ikke bare en eksplisitt form for forståelse av at det er noe som skjer utendørs, men det innehar lag på lag med kulturell forståelse som "Sigrid" ønsker å formidle til kundene.

Det som også er spennende med svaret er at "Sigrid" ikke ser på begrepet friluftsliv som et hinder i møte med utenlandske kunder. Hun ser på begrepet som selvforklarende. Dette skiller seg fra informantene som ikke bruker begrepet friluftsliv, som er tydelige på at begrepet friluftsliv ikke blir forstått av utenlandske kunder. Med bakgrunn i at en stor kundegruppe hos "Hjortefossen guiding" er utenlandske, vil dette tilsi at firmaet har møtt forståelse når de har brukt begrepet friluftsliv. Her er det verdt å merke seg at "Hjortefossen guiding" ikke bruker begrepet friluftsliv på sin engelskspråklige nettside. Så det er uklart hvor "Sigrid" har gjort slike erfaringer med begrepet friluftsliv overfor utenlandske kunder.

Det "Sigrid" kommer inn på mot slutten, er noe hun trekker frem gjentatte ganger i løpet av intervjuet. Det personlige møte mellom henne og kunden, eller som hun sier det; «*At alt det vi gjør er fundert i oss som personer*». "Sigrid" omtaler seg selv og ektemannen som friluftsfolk, noe hun ønsker å videreformidle til kundene sine. Begrunnelsen for begrepsbruken blir dermed forankret i det livet som guiden selv lever. Friluftsfolk blir hennes beskrivelse av denne livsstilen, at friluftslivsinteressen er en del av deres identitet. Dette samsvarer med det Stensland et al. (2018, s. 53) finner, at naturbaserte reiselivsbedrifter ofte baserer seg på livsstilen til de ansatte. Her er det dermed grunn til å si at friluftsliv er en del av den livsstilen som "Sigrid" snakker om. Flere av informantene, uavhengig av begrepsbruk, gir også inntrykk av at friluftsliv er en del av deres livsstil. Dette gjør de ved å vise til at erfaringer som de gjør på fritiden, blir en del av den erfaringen som de tar med seg inn i jobben.

"Sigrid" trekker igjen også frem det som kan sies å være et relasjonelt syn på friluftsliv når hun beskriver bedriften som en familiebedrift. Senere i intervjuet forteller hun også om datteren, som er i barneskolealder, som blir med på guidede turer når hun ikke er på skolen. Om kajakturer der hele familien er med sammen med kundene. Dermed får ikke kundene

bare møte friluftsmennesket "Sigrid", men også familien. Kundene får ta del i den relasjonen som guiden og familien rundt har til naturen. Sett opp mot Pedersen (1999, s. 18) sin relasjonelle forståelse av friluftsliv, så er "Sigrid" sin uttalelse et eksempel nettopp en slik forståelse.

### 5.3.2 «I prinsippet så er jo det friluftsliv»

"Aksel" forteller livlig om en gruppe fra England som hadde vært på helgetur til "Sandvannslia høyfjellshotell" rett før intervjuet. Det hadde vært full klaff på værfronten mente han. Kuling, snøbyger og liten sikt på lørdagen, og helt stilt og klart på søndagen. Kontraster som ville gi kundene en eksotisk opplevelse. Når "Aksel" videre blir spurt om å grunngi hvorfor bedriften ikke bruker begrepet friluftsliv, sier han dette:

*«"Aksel": Ja, altså, vi kunne ha brukt det, men samtidig så sier ikke friluftsliv noe særlig til den målgruppen som vi retter oss mot. Det blir et ganske bredt begrep hvis vi skulle rettet oss mot [kort pause] vi må se litt på hvem vi snakker til*

*Intervjuer: Ja, ja, ja*

*"Aksel": Så når vi snakker til, for eksempel en fransk, eller en tysker, så må vi liksom spesifisere litt mer. Da kan vi si vinteropplevelser*

*Intervjuer: Ja.*

*"Aksel": For eksempel. Så begynner han, kanskje han har sett snø på TV, og så ser han bilder med snø, så tenker han; det har jeg lyst til å oppleve. Og det er [kort pause] i prinsippet så er jo det friluftsliv, men vi bruker andre ord for å rette oss, for å tenke på hvem vi snakker til»*

Det blir avklart med en gang. Friluftsliv kunne ha blitt brukt ifølge "Aksel". Han mener de produktene som bedriften leverer er innafor friluftslivsbegrepet. Dette er noe han kommer tilbake til i løpet av intervjuet. Selv snøscooterturene som høyfjellshotellet tilbyr anser "Aksel" som en moderne form friluftsliv. Akkurat på det punktet må "Aksel" sies å være den eneste informanten som holder på at motorisert ferdsel også kan sees på som friluftsliv. De resterende informantene er svært tydelige på at de tar avstand fra bruken av motoriserte kjøretøy annet en transport til og fra der turen e.l. starter. Dette kan ha sammenheng i at "Aksel" har vokst opp og bor i Nord-Norge, der forholdet til spesielt snøscootere har blitt sett på som en del av friluftslivet. Dette skriver Pedersen (1999, s.276) om når hun drøfter hvordan introduksjonen av snøscooter påvirker kjønnsbalansen for friluftslivsutøvelsen i Alta.

Der sto høstingsfriluftslivet sterkt, og hjelpemidler som ville være med å forenkle disse aktivitetene ble møtt med begeistring fra en stor andel av befolkningen i Finnmark, mens andre rettet sterke protester mot denne typen ferdsel. Pedersen (1999, s.284-299) skriver om hvordan snøscooteren har fått en plass i samfunnet i Alta. På samme måte er det nok noe av det "Aksel" viser til når han snakker om moderne friluftsliv. Han vet at det er kontroversielt å si at snøscooter er friluftsliv, så han kaller det en moderne form for friluftsliv. Pedersen (1999, s.285) er inne på akkurat dette. At snøscooteren blir sett på som et fremskritt. Da blir det nærliggende å si moderne, som antydning til det fremskrittet som snøscooteren står for.

Så "Aksel" sitt friluftslivsbegrep rommer mye, og ifølge ham så inngår produktene hans som friluftsliv. Mot slutten av sitatet trekker han det frem igjen; «*i prinsippet er jo det friluftsliv*»-de produktene som han leverer. Det er altså ikke produktene som er grunnen til at friluftsliv ikke blir brukt. Denne tanken om at bedriftens produkter er innenfor den enkelte informants forståelse av friluftsliv er noe som alle informantene deler. De vet altså med seg selv, at deres produkter er friluftsliv.

Det "Aksel" trekker frem som grunnen for at de ikke bruker begrepet friluftsliv er målgruppen. Dette er noe alle de tre bedriftene som ikke bruker begrepet friluftsliv er inne på. Når de skal arbeide mot utenlandske kunder er ikke friluftsliv et begrep som treffer godt nok. Det "Aksel" trekker frem handler om kommunikasjon. Friluftsliv blir for bredt, det sier ikke spesifikt nok hva kundene skal oppleve. I dette ligger en forståelse av at friluftsliv som begrep ikke lar seg oversette til andre språk på en enkel måte. "Aksel" bruker heller begrepet vinteropplevelser. Dette begrunner han med at kundene hans vet hva vinteren er, selv om de kanskje bare har sett snø på TV. Hans bedrift gjør at kundene kan oppleve vinteren. "Aksel" trekker frem banaliteten i å levere noe så enkelt. At kundene bare skal reise opp til høyfjellshotellet, og oppleve vinteren. Samtidig sier dette noe om forholdet han har til begrepet friluftsliv. Det blir etter hans mening for komplisert å formidle videre til kundene.

### 5.3.3 Ikke et bevisst valg

Flere av bedriftene, uavhengig om de bruker begrepet friluftsliv, trekker frem at de ikke var bevisst begrepsbruken sin før jeg tok kontakt med dem. "Halvard" snakker noe om hvordan bevisstheten rundt begrepsbruken, og gir også en grunn for hvorfor ikke "Smalefjord feriesenter" bruker begrepet friluftsliv.

*«"Halvard": Ja, det er ikke noe bevisst valg at det [kort pause] jeg har ikke tenkt over det før du skrev det nå at vi ikke brukte friluftsliv i tekstene her*

*Intervjuer: Nei, nei*

*"Halvard": Så det er ikke noe sånn bevisst valg, jeg vet ikke helt hvorfor det ikke er kommet heller, men det er kanskje sånn at friluftsliv er kanskje sånn [kort pause] tenker du kanskje på noe som du driver på med selv da*

*Intervjuer: Ja.*

*"Halvard": At hvis det er en bedrift som gjør det så er det mer sånn «aktivitet» eller «opplevelse» eller du bruker kanskje litt andre ord på det da, mens friluftsliv kanskje, da tenker jeg kanskje at da skal jeg ut en tur selv. Å gå en fjelltur eller det er litt mer i den kategorien enn hvis jeg melder meg på en guidet tur så tenker du mer opplevelse eller sånn [kort pause] ja. Så det er kanskje litt derfor det ikke er brukt da, tror jeg»*

Friluftsliv er ikke begrepet "Halvard" forbinder med reiseliv, og den næringen som han arbeider innenfor. Han hadde ikke koblet disse to fenomenene sammen før jeg tok kontakt. Med utgangspunkt i at bedriftene ser ut til å være basert på livsstil, og det er grunnlag for å si at friluftsliv kan være en del av den livsstilen. Så er det "Halvard" sier noe som er viktig å trekke frem. Som sagt, så er han ikke alene. Flere av bedriftene uttrykker det samme. De var ikke bevisst sin begrepsbruk.

"Halvard" gir uttrykk for dette når han fire ganger rett etter hverandre sier at det ikke var bevisst eller hvorfor begrepet ikke er brukt. Så går han inn i en tankerekke om hvorfor det har blitt slik. Her trekker "Halvard" frem noe som kan være et uttrykk for dette skillet mellom friluftsliv, som det som skjer innenfor rammen av kommersiell virksomhet. Dette gjør "Halvard" ved å begynne å sette seg selv inn i situasjonen. Han setter seg selv, privatpersonen "Halvard", som representant for friluftsliv. Friluftsliv er noe man gjør selv, det er ikke noe som skjer innenfor rammene som bedrifter setter. I dette ligger det en forståelse av friluftsliv som noe som man skal klare selv. Tordsson (2003, s.324) er inne på denne forståelsen av

friluftsliv, når han drøfter utviklingen av kommersielle friluftslivstilbud. Der blir det lagt til grunn at den forståelsen er sentral i friluftslivstradisjonen, en normativ tanke om at friluftsliv er noe man bør gjøre på egenhånd eller sammen med likestilte turdeltakere. Samtidig er det viktig å påpeke at det ikke er snakk om klare skillelinjer. Mellom de rent private turene og et kommersielt tilbud, finner vi ideelle organisasjoner, slik som Den Norske Turistforening. Som organiserer turer og kurs, men som er eid av medlemmene og opererer ideelt.

## 5.4 Kundene til bedriftene

### 5.4.1 ”Ett skritt ut i naturen”

"Kjell" sitt firma, "Dype dønninger", skiller seg ut fra resten av informantene ved at han kun arbeider inn mot det norske markedet. De to andre bedriftene som bruker begrepet friluftsliv; "Dype dønninger" og "Hjortefossen guiding" arbeider mot både utenlandske og norsk kunder, men bruker ikke begrepet friluftsliv mot de utenlandske. Selv om "Kjell" ofte arbeider med kursing innenfor DNT eller i Norges padleforbund sin kursstige, har han også noen egenutviklede kurs innenfor blant annet vinterfriluftsliv. Her forteller han om et kurs i vinterfriluftsliv han hadde holdt kort tid før intervjuet:

*"Kjell": De her turlederkursene blir jo da ganske smal mot dem som ønsker å bli turledere i DNT, men mange av de andre kursene. Ja. Sånn eksempelvis nå i helgen da. Når jeg holdt vinterkurset så er jo folk som har en eller annen tilknytning stort sett til DNT, men det er jo for folk flest som ønsker å ta ett skritt ut i naturen da. Som dem. Som dem. Dem sa «Hadde jo aldri funnet på og gjort noe så ekstremt som det her selv.» [Humrer]*

*Intervjuer: Ja. Sant ja.*

*"Kjell": Og så hørte jeg hva dem sa sånn «Ja, for dere er det sikker ikke så ekstremt da, men for meg er det ekstremt.». Å dra opp i høyfjellet i kulingen på vinteren å slå opp et telt midt på natten og grave snøhule neste dag. Så.»*

Det første "Kjell" gjør her, er å plassere turlederne i DNT i en egen bås. For han er de en smal kundegruppe, som er vant med å ferdes i fjellet. Her er det heller ikke bare snakk om DNT. "Kjell" leverer også andre kurs som han holder i regi av Norges padleforbund eller Norsk fjellsportforum. Disse kursdeltakerne er erfarne folk som skal videreutvikle sine ferdigheter. I tillegg til disse spesialiserte kursene holder "Kjell" også kurs både for kunder med tilknytning til DNT, men også de han omtaler som *«folk flest som ønsker å ta ett skritt ut i naturen da.»*.

Videre skildrer "Kjell" møtet mellom han og kundene, og hvordan "ett skritt ut i naturen" ser ut fra to sider. "Kjell" har kategorisert vinterkurset som "ett skritt ut i naturen", mens kundene omtaler aktivitetene som ekstreme. Hvis vi ser tilbake på "Ståle" og hans forståelse av friluftsliv, så var det også ordet "ekstremt" som ble brukt. Ved å ta utgangspunkt i Brymer (2005, s.70) sin definisjon på ekstremsport så kan "ekstrem" være et uttrykk for risiko. Disse to tilnærmingene til friluftsliv kan dermed sies å dreie seg om det ulike forholdet guiden og kunden har til risiko. Igjen kan forklaringen på det som omtales som "ekstremt" ligge i forståelsen av risiko.

#### **5.4.2 Nordmenn går på tur selv**

Erfaringene som "Kjell" har gjort med norske kunder vitner om en forståelse av at akkurat de kundene har forutsetningene for å gjøre aktiviteter som omtales som "ekstreme". Hos "Smalefjord feriesenter" er kundene i stor grad utenlandske, og "Halvard" sier dette om erfaringene han har med kundene sitt forhold til friluftsliv:

*"Halvard": Ganske mange av dem har veldig lite erfaring med friluftsliv da [Kort pause] det merker vi fordi hvis noen sier at de har god erfaring så betyr det at de kanskje har vært på to-tre fjellturer i sitt liv*

*Intervjuer: Ja*

*"Halvard": Så de har litt annen oppfatning av det, enn det vi nordmenn har. Så det er ganske stor forskjell på [Kort pause] eller, europeere er jo kanskje litt mer på vår [Kort pause] samme oppfatning som på vår [Kort pause] samme oppfatning som Norge, men spesielt hvis du [Kort pause] USA, England, og ikke minst disse her arabiske landene som det har vært en del av i det siste. Da er det en helt annen oppfatning av, hva som er, å ha erfaring og det som er å være i god form, det er litt forskjellig definisjon der enn her. Men nordmenn er jo stort sett veldig, de har vært borti mye så de kjenner jo til [Kort pause] de vil jo ikke booke fjelltur fordi det skal nordmenn gå på selv*

"Smalefjord feriesenter" arbeider med rafting, juving, kajakk, og fjellturer til fots, på ski, og på truger. "Halvard" trekker frem fjellturene som et eksempel der de erfaringene som kundene har gitt uttrykk for at de har, ikke samsvarer med de forventningene som guiden har. Her skiller han mellom utlendingene og vi nordmenn, og gir uttrykk for at det er nasjonaliteten som er en del av forklaringen på hvorfor slike misforståelser oppstår. Videre deler "Halvard" opp grupper av utenlandske kunder, der europeere (utenom England) står nærmere nordmenns

erfaringer med friluftsliv, mens briter, amerikanere, og arabere skiller seg ut som de kundene med liten erfaring fra før. Denne kunnskapen som opparbeider seg innad blant guidene i "Smalefjord feriesenter" er viktig for deres fremtidige møter med turister, men er også med på å forme hvordan de ønsker å fremstå. Dette er noe som Vold (2014, s.120-124) tar opp i sin doktorgradsavhandling, *Venner på tur*. Guider opparbeider seg det Vold beskriver som relasjonell kunnskap. Blant annet ved at guider lager seg noen kategorier basert på erfaringene de har med turistene. Den inndelingen som "Halvard" nevner. Kan være et eksempel på nettopp denne relasjonelle kunnskapen som han og de andre ansatte har tilegnet seg.

"Halvard" nevner ikke noen episoder der det har oppstått situasjoner der kundene ikke har hatt forutsetninger for å gjennomføre aktivitetene. I stedet snakker han rundt tematikken, og gir inntrykk av at guidene har taklet situasjonene når de har oppstått, men at det er noe de har blitt bevisst på basert på erfaringer de selv har gjort innad i bedriften. Dette setter "Halvard" opp mot en tanke om guiding av nordmenn. Nordmenn har etter hans oppfatning erfaringen som trengs for å gå på fjelltur. Så kommer tankerekken tilbake til et tema som "Halvard" tar opp flere ganger. Hans erfaring er at nordmenn i liten grad benytter seg av guidede turer fordi dette er noe nordmenn skal gjøre på egenhånd. Dette er noe av det Tordsson (2003, s.324) tar opp, når han viser til en norsk friluftslivstradisjon der turer har foregått utenfor kommersielle rammer. I uttalelsen til "Halvard" kan det ligge tanke om at bedriften har noe å tilby, til tross for den erfaringen som nordmenn sitter med. Det kan eksempelvis være ferdigheter, spesielle naturopplevelser, eller en kombinasjon av dette. "Smalefjord feriesenter" har noe å tilby norske kunder, men kundene kommer ikke.

## 5.5 Konflikt i forholdet mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv?

Eksisterer det et spenningsforhold eller en konflikt mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv? I intervjuguiden er det flere spørsmål som skal være med å belyse dette. Det første spørsmålet går direkte på kjernen og spør om det eksisterer en konflikt mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv. Ved å være svært direkte på dette spørsmålet var målet å få informanten til å svare så konkret som mulig tilbake, og samtidig få svar på den konflikten som informanten er tettes knyttet til.

### 5.5.1 Kommersialitet og friluftsliv

I litteraturen (Vorkinn et al. 2000, s.46) har det blitt hevdet at møte mellom kommersialitet og friluftsliv kan være en kilde til konflikt. Blant annet har det blitt hevdet at kommersielle virksomheter som leverer friluftslivsutstyr og friluftsupplevelser er en trussel mot tradisjonelt friluftsliv. Friluftslivsutstyr er ikke relevant i dette tilfelle, ettersom det ikke er salg av utstyr oppgaven skal ta for seg. Fokuset her blir da på friluftsupplevelser. Vorkinn et al. (2000) utdypet at konflikter kan oppstå hvis kommersielle aktører beslaglegger områder som har vært allment tilgjengelige.

"Ståle", hos "Fra fjorden til berget", tar opp kommersialitet på spørsmål om konflikt mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv. Han svarer: «*ja, selvfølgelig!* [Kort pause] *det er jo business og penger.*» Svaret kommer nærmest som en refleks, og gir inntrykk av at denne tematikken engasjerer vedkommende. "Ståle" påpeker selvfølgeligheten i å kjenne til konflikten mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv, noe som også kan tilsi at dette er en konflikt som miljøet rundt informanten bruker tid på å diskutere. På oppfølgingsspørsmål om eksempler på hvordan konflikten kan utarte seg, er "Ståle" kortfattet i svaret og sier business og penger. Videre viser han til en lokal konflikt der arealer blir omdisponert og brukt i kommersiell virksomhet. Her er det brukergruppene og næringsdrivende på samme område som er uenige om tilgjengeligheten til områdene blir innskrenket av den kommersielle virksomheten som reiselivsnæringen står for. I eksempelet er ikke bedriften til informanten involvert. Det er derimot store næringsaktører som har gått inn for å satse på utvikling av et spesielt naturområde i hans nærmiljø. Når begrepet business blir brukt, kan det henspille til størrelsen og kreftene til disse næringsaktørene i møte med brukergrupper som ikke har samme styrkeforhold. Sett i det store bilde kan "Ståle" sitt svar være uttrykk for en ambivalens overfor hans egen bransje. Det er da snakk om en følelse av at rollen som næringsaktør kan komme i konflikt med verdier som regjerer i friluftslivsmiljøene i Norge. Dette er noe som

også "Ludvig" gir uttrykk for. Av de seks bedriftene er det de to som uttrykker dette. Der "Ståle" mer sier det mellom linjene, er "Ludvig" mer eksplisitt når han uttrykker at han ikke ønsker å se seg selv som en del av reiselivsnæringen.

"Ståle", som viser til den lokale konflikten, bruker begrepet friluftsliv i markedsføringen sin. Med bakgrunn i det han har redegjort for ang. kommersialitet og friluftsliv stiller jeg direkte spørsmål om dette påvirker markedsføringen hans. På det svarer han; *«nei, det har ingen betydning.»*. Så på tross av at "Ståle" kjenner til en konflikt som også kan gjelde hans virksomhet, mener han at det ikke vil ha noen betydning for ham. På oppføringsspørsmål om begrepsbruken er positiv for virksomheten hans, svarer han ja. "Ståle" mener altså konflikter mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv, som skjer på bakgrunn av kommersialitet, ikke har noen påvirkning på markedsføringen til hans egen bedrift. Samtidig som vedkommende driver en kommersiell virksomhet innenfor naturbasert reiseliv, og som bruker begrepet friluftsliv i markedsføringen sin. Dette kan ha flere forklaringer. Ettersom "Ståle" sin bedrift er et lite enkeltpersonforetak betyr det at hvis han oppdager at det er tilløp til spenninger eller konflikt, så kan gjøre noe med det.

Det kan være at "Ståle" mener at bedriften hans er såpass liten at den ikke har noen betydning for andre brukergrupper. Ettersom dette er et enkeltpersonsforetak kan det være en forklaring, hvis konflikten mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv innehar store næringsaktører på en side, og svakere brukergrupper den andre siden, slik det ble tatt opp i forrige avsnitt. Det kan også være at virksomheten til bedriften foregår i områder som ikke normalt er forbundet med brukerkonflikter. Bedriften hans, "Fra fjorden til berget", leverer i hovedsak kajakkrelaterte produkter utendørs, noe som i liten grad kan sies å være kilde til konflikter på sjøen. Til forskjell fra motorisert ferdsel, som gir støyforurensning og avgir bølger. Det er også mulig at begrepet konflikt ikke er dekkende for det han kan oppfatte som spenninger mellom hans bedrift og andre aktører.

### 5.5.2 Ingen konflikt mellom reiseliv og friluftsliv

"Kjell" som bruker begrepet friluftsliv blir også spurt om kommersialitet kan føre til konflikt.

Til det svarer han:

*«Nei. Jeg tenker. Nei. Jeg kjenner ikke på det som et dilemma fordi målene mine, som jeg sa i sted, om å gjøre dem i stand til å drive det på egenhånd i neste runde, det ligger så langt frem og jeg vet at det jeg gjør [Kort pause] og selv om jeg da er med dem på det så syns jeg ikke det er noe vesentlig tankekors»*

"Kjell" bruker ordet dilemma i stedet for konflikt for å nyansere det han oppfatter som spenningsfeltet mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv. Vedkommende ser ikke kommersialitet som en del av dette dilemmaet, og begrunner hvorfor. Bedriften hans, "Dype dønninger", som driver hovedsakelig med kurs, ser hans virksomhet som en mulighet for at kundene selv skal kunne gjøre aktivitetene på egenhånd. Bedriften tilbyr en tjeneste slik at kundene kan utvide kompetansen sin. Kundene er ikke avhengige av å komme tilbake til bedriften for å gjøre aktivitetene gang etter gang. For å nærmest sette to streker under dette svaret uttrykker han at dette er noe han vet at han driver med. De pedagogiske sidene ved virksomheten til "Dype dønninger" rettferdiggjør de kommersielle sidene ved driften. Her er det viktig å legge vekt på rettferdiggjøringen. Igjen er det snakk om et uttrykk for at kommersialiteten må rettferdiggjøres. "Kjell" sier flere ganger at dette ikke er tilfelle, og at han ikke ser dilemmaet som «noe vesentlig tankekors», samtidig som han må rettferdiggjøre virksomheten sin. Bevisstheten rundt dette er et uttrykk for at det ikke er første gang "Kjell" har reflektert over dilemmaene rundt kommersiell drift.

## 6 Diskusjon

Med bakgrunn i det som er gjennomgått til nå vil flere sider ved oppgaven diskuteres. De fire underproblemstillingene vil bli gjennomgått, og drøftet med utgangspunkt i de funnene som er gjort. Så drøftes hovedproblemstillingen. Til slutt blir gyldigheten og påliteligheten i undersøkelsen gjennomgått, samt hva resultatene betyr for videre forskning.

### 6.1 Hvilken mening og definisjon legger bedriftene i begrepet friluftsliv?

Hvilken mening som legges i begrepet friluftsliv er egentlig et spørsmål som kan besvares ved å trekke frem de fleste uttalelsene til informantene. I resultatpresentasjonen er det fokusert på to uttalelser der det skilles mellom norske og utenlandske kunder. Det er dermed en viktig presisering at meningen som ilegges begrepet friluftsliv er i høy grad til stede i andre uttalelser og andre sider ved resultatpresentasjonen.

I behandlingen av resultatene ble det klart for meg at det vil være mer hensiktsmessig å beskrive informantenes forståelse av begrepet friluftsliv, snarere enn deres definisjon. Med det sagt så ble det spurt om en definisjon under intervjuene. Det er også "Definisjon" som er overskrift og det sentrale begrepet i denne underproblemstillingen, mens der det vises til en spesifikk uttalelse fra en av informantene bruker jeg begrepet forståelse.

#### 6.1.1 Ferdighet og natur

I "Kjell" sin uttalelse om friluftsliv i møte med norske kunder, trekker han frem tre sider ved friluftsliv som er med på å illustrere den meningen som ilegges begrepet. Det er ferdigheter, tid, og naturforståelse. For drøftingen vil jeg her ta opp ferdigheter og naturforståelse. Dette med ferdigheter er noe som flere av informantene bruker tid på å snakke om. Det har nok sin naturlige forklaring i at flere av dem leverer kurs, og dermed er vant med å arbeide i en læringssituasjon der kundene skal tilegne seg ferdigheter.

Kvaløy (1968) skriver om "Informasjonsmengde null". Med dette mener han at når reiselivsbransjen tilrettelegger for friluftsliv, så mister turistene verdifulle ferdigheter. Uttalelsen fra "Kjell" viser tvert imot at tilegning av ferdigheter står sentralt i hans arbeid. På tross av at bedriftene er en del av den naturbaserte reiselivsnæringen. Tordsson (2003, s.325) er også inne på at kommersialisering av friluftsliv, kan føre til at friluftsliv mister sitt pedagogiske perspektiv. Men på tross av at informantene er en del av reiselivsnæringen, så uttrykker de et ønske om at kundene skal tilegne seg ferdigheter. Hvis utgangspunktet til forvaltningen, forskningen, og andre aktører rundt den naturbaserte reiselivsnæringen er at

denne næringen fratar turistene ferdigheter de ellers kunne tilegnet seg. Så er det problematisk sett ut fra dette utvalget av bedrifter, fordi flere av bedriftene selv uttrykker et ønske om at turistene skal tilegne seg ferdigheter.

Det kommer også frem en forståelse av natur og naturtyper som en side ved friluftsliv. "Kjell" løfter frem høyfjellet som naturtype. Ved å se til historien om friluftsliv kan man se at nettopp fjellet blir løftet frem (Tordsson, 2003, s.92; Christensen, 1993, s.38-40; Sörlin og Sandell, 2008, s.88). Men med det sagt, så er det ikke bare innen friluftsliv, men også i drøftingen om reiseliv i natur at naturtype blir trukket frem. Valentine (1992, s. 108) nevner "relativt uberørt natur" når han drøfter begrepet naturbasert turisme. "Kjell" sin uttalelse om høyfjellet skiller seg ut fra de andre informantene, som ikke nevner naturtype like spesifikt. Slik det blir nevnt i resultatpresentasjonen, så vil det være vanskelig å ekskludere andre typer natur. Det "Kjell" sin uttalelse derimot kan vise, er noe av det samme som Valentine presiserer. Nemlig viktigheten av natur. Ettersom natur også blir tatt opp av de andre informantene er det grunnlag for å si at natur ligger sentralt i deres forståelse av friluftsliv. Med det sagt, så er drøftingen av hva natur faktisk er, noe det ikke er anledning til å i dybden på her. Drøftingen av hva natur faktisk er, sett i et friluftslivsperspektiv er noe både Odden (2008, s.29) og Tordsson (2003, s.53) uttrykker er komplekst.

### **6.1.2 Risiko**

"Sigrid" bruker begrepet "soft adventure" når hun beskriver hvordan hun tilpasser friluftsliv i møte med utenlandske kunder. Det er mulig at det er en tilpasning av risiko som ligger i akkurat denne uttalelsen. Risiko er et tema som flere av informantene drøfter, ved at de, som "Sigrid" påpeker denne tilpasningen av aktivitet. Dette gjelder både de som bruker, og de som ikke bruker begrepet friluftsliv. Noen av de andre informantene bruker også betegnelsen "ekstrem" for å illustrere hva de ikke driver med. Her har min fortolkning vært at "ekstrem" er et uttrykk som også kobles til risiko. Dette med risiko er noe som har blitt drøftet i litteraturen, både fra et reiselivsperspektiv (Hill, 1995, s.63), fra et aktivitetsperspektiv (Brymer, 2005, s.70), og fra et friluftslivsperspektiv (Faarlund, 2003, s.38-39). Gjennom "Sigrid" og flere av de andre informantene sine uttrykk for å kunne tilpasse friluftsliv. Samt en forståelse av at friluftsliv kan romme ulik grad av risiko, kan det igjen si oss noe om meningen som friluftsliv har for disse bedriftene. Der friluftsliv er et fenomen som rommer plass både til informantenes livsstil og aktiviteter på fritiden, men også for kunder som er mindre kjent med friluftsliv. Enten de er norske eller utenlandske.

### **6.1.3 Forskjellen mellom bruker og ikke-bruker**

Ettersom utvalget vil gi tre forståelser fra brukere av begrepet friluftsliv, og det tilsvarende fra ikke-brukere, er det verdt å spørre seg om disse forståelsene skiller seg fra hverandre.

Samtidig er det igjen verdt å merke seg undersøkelsens kvalitative natur. Her er det ikke antallet som er avgjørende. Det viste seg at skillet ikke gikk mellom bruker og ikke-bruker av begrepet friluftsliv. I stedet viste det seg at svarene fra flesteparten av informantene hadde en forståelse av at friluftsliv innebærer en kombinasjon av natur og aktivitet. Dette gjaldt både brukere og ikke-brukere. Noe som samsvarer med den offisielle definisjonen på friluftsliv som også kombinerer aktivitet og natur (Finansdepartementet, 1973, s.13). Den eneste informanten som skilte seg ut var "Ludvig" som, selv om han snakket om aktivitet, satte naturnærvær som det sentrale i sin forståelse av friluftsliv. Dette kan samsvare med Faarlund sin definisjon som fokuserer på natur (2003, s. 32). "Ludvig" avviser på ingen måte at det ikke finnes andre forståelser av friluftsliv, noe som igjen samsvarer med den forståelsen som Tordsson (2003, s.11) fremmer.

### **6.1.4 Klar forståelse, men ikke definisjon**

Som tidligere nevnt har jeg kritisert min egen bruk av begrepet definisjon i intervjuguiden. I stedet for å be om en definisjon ville det nok vært mer presist å be om informantenes forståelse av begrepet friluftsliv. Alle informantene har en klar forståelse av hva de mener friluftsliv er. En av informantene har en forståelse som skiller seg fra de andre. Flere syntes det var utfordrende å uttrykke seg, men ingen av dem avsto fra å svare på spørsmålet. Igjen kan noe av forklaringen her ligge i livsstilen til informantene, noe som igjen samsvarer med Stensland et al. (2018, s.53) finner. Livsstil viser seg å være viktig for personene som arbeider i naturbaserte reiselivsbedrifter. De fleste informantene har tatt utdanning og arbeidet innenfor andre fagfelt, men på et tidspunkt har de valgt å starte en naturbasert reiselivsbedrift. Flere av dem uttrykker også at aktivitetene som bedriften leverer også er aktiviteter som de driver med på fritiden. Med dette som bakgrunn kan et slikt funn tilsi at informantene ønsket å arbeide innenfor et fagfelt nærmere deres livsstil. Dette er også noe som flere av informantene gir eksplisitt uttrykk for. Det er dermed grunnlag for å si at informantenes klare forståelse av fenomenet kan knyttes til deres livsstil. Det som også er verd å merke seg ang. informantenes forståelse, er at ingen av dem avviser at det finnes flere forståelser av friluftsliv. I ulik grad reflekterer de rundt hvorvidt deres egen forståelse sidestilles med andres. Dette vitner om at informantene ikke bare har et reflektert forhold til begrepet friluftsliv, men også at de er kjent med andre forståelser enn deres egen. Igjen vil dette kunne bygge opp rundt tanken om

friluftsliv som del av en livsstil. Ettersom de reflekterte svarene gir inntrykk av at informantene har brukt tid på å danne seg en forståelse av friluftsliv.

## **6.2 Hvorfor/hvorfor ikke blir begrepet friluftsliv brukt?**

Under utformingen av problemstillingen ble det klart at det ville være en risiko for at ingen av informantene hadde noen begrunnelse for begrepsbruken sin. Samtidig er det andre forhold som kan forklare hvorfor/hvorfor ikke begrepet friluftsliv blir brukt. Ved å se på informantenes livsstil, deres forståelse av begrepet friluftsliv, og bevisstheten rundt sin egen begrepsbruk, er det mulig ta tak i hvorfor/hvorfor ikke begrepet blir brukt.

### **6.2.1 Naturinteresse**

Et moment som "Sigrid" tar opp flere ganger i sitt intervju er dette med livsstil. Som tidligere nevnt samsvarer det med funnene til Stensland et al. (2018, s. 53). Her er det også på sin plass å nevne at ingen av de andre informantene uttaler like tydelig at friluftsliv er en del av deres livsstil. Samtidig forteller flere av informantene om friluftslivsaktiviteter som de gjør på fritiden og at de bygger produktene i bedriften sin på den erfaringen de selv sitter på. De bedriftene som har hjelp fra nær familie og venner baserer seg også på deres friluftslivserfaring.

I figur 1 blir det redegjort for Emmelin et al. (2010, s. 50) sin tilnærming til forholdet mellom reiseliv og friluftsliv. Der gjøres det et forsøk på å klargjøre hvordan forholdet skiller seg- og overlapper hverandre ved å vise til noen spørsmål. Disse spørsmålene kan si oss noe når vi møter denne tanken om livsstil som "Sigrid" tar opp. Emmelin et al. spør seg om virksomheten bygger på og stimulerer naturinteresse? Svaret som blir gitt i figuren er at innen friluftsliv så løftes naturinteressen frem som et sentralt element. Innen reiseliv er dette ofte ikke i fokus, men det kan forekomme som en del av selve profilen til en bedrift. Det er på sin plass å nevne at Emmelin et al. nok her sikter til reiseliv generelt, og ikke til naturbasert reiseliv spesielt. Det er uansett grunn til å stoppe opp og se tilbake på resultatene fra denne undersøkelsen. Denne naturinteressen som Emmelin et al. skriver om finner vi igjen i forståelsen som alle informantene har av friluftsliv. "Ludvig" beskriver det som naturnærvær, mens de andre forstår friluftsliv som aktivitet i natur. Det er vanskelig å se at Emmelin et al. sin forståelse av reiseliv og friluftsliv er gjeldende for dette utvalget. Ved å erkjenne at friluftsliv er en del av livsstilen til informantene er det grunn til å tenke seg at friluftsliv ikke bare gjør seg gjeldende i profilen til bedriften, slik Emmelin et al. forstår det, men snarere i langt større grad.

### 6.2.2 «I prinsippet så er jo det friluftsliv»

"I prinsippet så er jo det friluftsliv" sier "Aksel". Han uttaler dette når han argumenterer for hvorfor hans bedrift ikke bruker begrepet friluftsliv. Med denne setningen erkjenner han at de produktene bedriften hans leverer er friluftsliv etter hans forståelse. Den erkjennelsen deler han med alle de andre informantene. Uavhengig av hvorvidt informantene bruker begrepet friluftsliv eller ikke, mener de at deres produkter er friluftsliv innenfor deres egen forståelse. Dette samsvarer ikke med de uttrykkene vi har sett tidligere, blant annet i Stortingsmeldingen fra 2001 der man forsøkte å skille reiseliv og friluftsliv. Det denne undersøkelsen da viser er tvert om et overlapp slik som Lundmark (2009, s. 7-8) og Emmelin et al. (2010, s.50) skriver om. Når eksempelvis Tordsson (2003, s.325), Vorkinn et al. (2000, s. 46), Faarlund (1977c), og Kvaløy (1968) skriver om forholdet mellom reiseliv og friluftsliv gir de ikke inntrykk av en forståelse av at bedriftene selv innehar en forståelse av at deres virksomhet kan betegnes som friluftsliv. I denne undersøkelsen har bedriftene selv fått mulighet til å komme til orde, og erkjent at deres virksomhet faktisk betegnes som friluftsliv av dem selv. Måten spesielt Faarlund (1977c) og Kvaløy (1968) beskriver reiselivsnæringen, kan antyde at et motsvar til dette vil være at disse bedriftene vil beskrive sine produkter som friluftsliv for å legitimere sin egen kommersielle virksomhet. Dette ville vært en kritikk, hadde det ikke vært for det diskusjonen allerede har vist, at informantene har friluftsliv som en del av sin livsstil. I tillegg finner Stensland et al. (2018, s. 53-54) at naturbaserte reiselivsbedrifter setter formidling av naturopplevelse og verdien av naturen langt høyere enn økonomisk gevinst.

### 6.2.3 Bevissthet

Flere av bedriftene uttrykker at de ikke var bevisst sin egen begrepsbruk. Dette gjelder både de som bruker begrepet friluftsliv, og de som ikke gjør det. Hvis vi går tilbake til *Veikart for bærekraftig reiseliv* (De historiske m.f., 2017, s. 14) så nevnes også bevissthet. I delen om "Hva reiselivsnæringen må gjøre" står det at "Bevisstheten om natur- og friluftslivsopplevelser som et unikt reiselivsprodukt skal økes". Her er det friluftslivsopplevelser som blir brukt, noe som nødvendigvis ikke betyr at det er selve begrepet friluftsliv det siktes til. Samtidig er det viktig å understreke informantenes uttrykk av at de ikke var bevisst sin egen begrepsbruk. Det som allerede er trukket frem i diskusjonen er at undersøkelsen fant at informantene har en klar forståelse av friluftsliv, at friluftsliv nok kan sees på som en del av livsstilen til deres, og at produktene de selger kan omtales som friluftsliv. På tross av dette er de ikke bevisst på friluftsliv som begrep når de skal beskrive sin virksomhet for sine kunder. Når *Veikartet for bærekraftig reiseliv* (De historiske m.f., 2017,

14) mener at bevisstheten rundt friluftslivsopplevelser skal økes, er det et viktig innspill tilbake til næringen.

### *Bevissthet i et større perspektiv*

Som vi har sett i redegjørelsen av forholdet mellom reiseliv og friluftsliv, så har den radikale dypøkologiske bevegelsen vært kritisk til reiselivsnæringen. Dette bildet blir nyansert når Müller (1990) erkjenner at vi alle er turister. I Stortingsmeldingene blir det gitt et uklart bilde av hvorvidt reiseliv og friluftsliv er adskilt eller overlapper (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Klima- og miljødepartementet, 2016; Miljøverndepartementet, 2001; Miljøverndepartementet, 1987; Samferdselsdepartementet, 1987). De siste to stortingsmeldingene om reiseliv og friluftsliv viser at det fra statlig hold er et ønske om samspill og en erkjennelse av at fenomenene overlapper hverandre. I forskningslitteraturen har også forholdet mellom disse to fenomenene blitt drøftet, men her har blant annet kommersialitet blitt løftet frem som noe som gjør dette forholdet problematisk (Vorkinn et al, 2000). I Sverige har Lundmark (2009) og Emmelin et al. (2010) argumentert for at det er overlapp mellom reiseliv og friluftsliv. Emmelin et al. (2010) har i tillegg lagd noen spørsmål for å tydeliggjøre hvorvidt det overlappes eller skilles mellom de to fenomenene. Ett av disse spørsmålene er allerede drøftet. Samlet sett gir disse tekstene ikke noe tydelig konkretisering av forholdet mellom reiseliv og friluftsliv. Så lenge dette forholdet ikke er tydeliggjort vil det være utfordrende for naturbaserte reiselivsbedrifter å ta begrepet friluftsliv i bruk. Her er det på sin plass å presisere at forklaringen på den manglende bevisstheten nok ikke bare ligger uklarheter fra forskning og forvaltning. Fra et markedsføringsperspektiv er det nok flere forklaringsmodeller som kunne bli brukt i møte med akkurat dette resultatet. Det er dermed grunnlag for videre undersøkelser av bevisstheten rundt bruken av begrepet friluftsliv hos naturbaserte reiselivsbedrifter fra et markedsføringsperspektiv.

### *Øversettelse av friluftsliv*

De tre bedriftene som ikke bruker begrepet friluftsliv har alle begrunnet fraværet av begrepet i at det ikke lar seg oversette til andre språk. Begrepet friluftsliv, uten noen oversettelse, treffer ikke godt nok når de skal arbeide mot utenlandske kunder. Ved å se tilbake til begrepet slow adventure, så argumenterer Varley og Semple (2015, s. 85-86) for at begrepet er inspirert av friluftsliv. Slow adventure blir er en måte å tilnærme seg friluftsliv, fra et reiselivsperspektiv. Når bedriftene i undersøkelsen uttrykker at de ikke bruker begrepet friluftsliv på grunn av en manglende oversettelse, så er kanskje slow adventure et begrep som ville en nærmere oversettelse for naturbaserte reiselivsbedrifter. Samtidig nevner ingen av informantene

begrepet slow adventure, noe som kan tilsi at dette begrepet ikke er særlig kjent. Når Varley og Semple (2015) drøfter begrepet slow adventure viser de også til faren for at det ikke vil bli sett på som "ekte friluftsliv". Det spørs dermed om begrepet slow adventure har legitimitet som en form for oversettelse av friluftsliv. Begrepet outdoor recreation er også et eksempel som er brukt som en direkte oversettelse på friluftsliv. Samtidig er det flere som mener at friluftsliv ikke kan oversettes til outdoor recreation (Margaryan og Fredman; 2017; Beery, 2013; Aasetre og Gundersen, 2012). Med utgangspunkt i både soft adventure og outdoor recreation kan det se ut som friluftsliv ikke lar seg oversette. "Sigird" sin bedrift bruker begrepet friluftsliv. Hun uttrykker at begrepet er selvforklarende for utenlandske turister. Akkurat dette utdyper hun ikke. Det blir dermed vanskelig å se hvordan "Sigrid" mener at friluftsliv kan være selvforklarende for turister som ikke snakker norsk eller noen av de andre skandinaviske språkene.

### **6.3 Har begrepsbruken en direkte sammenheng med bedriftens kundegruppe?**

Ved å trekke inn kundene i spørsmålene som ble stilt informantene var målet å finne hvilke erfaringer som informantene har hentet fra guidingen sin. Denne erfaringen vil kunne gjøre seg gjeldene når bedriftene skal velge hvilke begreper de bruker for å omtale seg. I de to uttalelsene som blir trukket frem arbeider "Kjell" i en bedrift som hovedsakelig arbeider med norske kunder, mens "Halvard" arbeider mot utenlandske kunder. "Kjell" er den eneste informanten som utelukkende bare arbeider mot det norske markedet. De to andre bedriftene som bruker begrepet friluftsliv, bruker bare begrepet mot norske kunder. Ved å kun skille mellom norske og utenlandske kunder er det dermed grunn til å si at for dette utvalget så er det direkte sammenheng med bedriftens kundegruppe. Samtidig vil det være en forenkling å kun legge det funnet til grunn. Bedriftene har ulike begrunnelse hvor hvorfor begrepene blir brukt. Et av funnene som er gjort, er at bedriftene ikke er bevisst sin egen begrepsbruk. Når det nå viser seg at bruken av begrepet friluftsliv kan knyttes til nasjonaliteten på kundene er det bare en forklaring.

### **6.3.1 Å gå på tur selv**

Når "Halvard" hos Smalefjord feriesenter uttaler at nordmenn skal gå på tur selv er dette noe som også Tordsson (2003, s. 324) tar opp. Tordsson setter skillet mellom det han omtaler som "turisme" og friluftsliv. Dette skillet dreier seg "snarere om et tankeskilte" enn et distingverende bruk av ordene.". Når et slikt tankeskilte kommer til uttrykk hos "Halvard" vitner det om at det er en etablert forståelse av friluftsliv. En forståelse som her kommer til syne på bedriftsnivå. For hans del, og bedriften, blir en slik oppfattelse av at nordmenn går på tur selv, retningsgivende for hvilke kunder de retter seg mot. At nordmenn går på tur selv blir dermed en utfordring som er etablert. Ved å se tilbake på "Kjell" og "Dype dønninger" sin virksomhet som retter seg mot norske kunder, så er det tydelig at den oppfattelsen som "Halvard" har av nordmenn som går på tur selv ikke er gjeldende for "Kjell". Det som nok skiller de to bedriftene fra hverandre er "Dype dønninger" sin tette tilknytning til ideelle organisasjoner som Turistforeningen og Padleforbundet. Her har "Kjell" allerede et etablert nettverk av nordmenn som er interessert i å utvikle ferdighetene sine innenfor ulike friluftslivsaktiviteter. Tilbake til "Halvard" og hans bedrift "Smalefjord feriesenter" så arbeider ikke deres bedrift opp mot kursing på samme måte som "Dype dønninger". Av dette kan det se ut som den oppfattelsen av at nordmenn går på tur selv vil kunne gjøre seg gjeldende i større grad hos bedrifter som ikke har en tilknytning til ideelle særforbund, og som retter produktene sine mer mot enkeltopplevelser snarere enn kursing.

## **6.4 Finnes det et spenningsforhold mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv?**

Spenningsforholdet har dukket opp flere ganger i teorilitteraturen. Fra den radikale dypøkologiske bevegelsen kommer dette spenningsforholdet til uttrykk gjennom blant annet tekster fra Mestre Fjellet (Kvaløy, 1968; Faarlund, 1977a). I tillegg kommer det frem i Stortingsmelding 39 (Miljøverndepartementet, 2001), og i forskningslitteraturen (Vorkinn et al. 2000; Tordsson, 2003). Til tider har gravingen etter tekster om reiseliv og friluftsliv gitt inntrykk av at det bare er konflikt eller spenningsforhold som kommer opp. Dette kan ha sin forklaring i min egen subjektive avveining når jeg har tatt med tekstene. Samtidig er det viktig å påpeke at disse tekstene er med på å bygge opp tanken om at det finnes et spenningsforhold uten at dette grunngis med empirisk data. En konsekvens av denne fremstillingen av et spenningsforhold kan gi utslag hos de naturbaserte reiselivsbedriftene i denne undersøkelsen. To av informantene tok opp det som kan oppfattes som ambivalens overfor det å være en del av reiselivsnæringen. I dette ligger det en forståelse av at man er en del av reiselivsnæringen,

men at det er sider ved næringen som man ønsker å ta avstand fra. Når friluftsliv kan sees som en del av livsstilen til informantene kan det her være snakk om en indre konflikt. De aktivitetene som de gjør på fritiden blir regnet som naturbasert reiseliv i jobbsammenheng. Det vil være en bombastisk stadfesting å si at en slik ambivalens kan spores tilbake til måten forholdet mellom reiseliv og friluftsliv har blitt omtalt i litteraturen. Hvis en derimot ser tekstene i litteraturen som et uttrykk for en diskurs som har vært gjeldende, og at en slik diskurs igjen kan være med på å forme det synet som naturbaserte reiselivsbedrifter har om seg selv som en del av reiselivsnæringen, så er det anledning her til å si at det kan være tilfellet for deler av utvalget. For reiselivsnæringen og forvaltningen er uttalelsene fra denne undersøkelsen viktige. Dette gjelder spesielt fordi det i de siste to stortingsmeldingene om reiseliv og friluftsliv er stadfestet at et godt samspill er viktig for nettopp reiseliv og friluftsliv (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Klima- og miljødepartementet, 2016). Nå sier funnene fra undersøkelsen at noen av informantene uttrykker at det eksisterer et spenningsforhold, og andre uttrykker at det ikke eksisterer. Et slikt spenn i funnene er viktige å ta med seg videre sammen med funnene om ambivalens når stortingsmeldingene er såpass tydelige på viktigheten av et godt samspill. En presisering av overlapp eller skille mellom reiseliv og friluftsliv vil være hensiktsmessig. Både i møte med bedrifter som opplever at dette forholdet er vanskelig, men også for å følge opp stortingsmeldingens mål om et godt samspill.

## **6.5 Hvilken begrunnelse har bedrifter innenfor naturbasert reiseliv for sin bruk, eller fravær av bruk, av begrepet friluftsliv i markedsføring?**

I problemstillingen brukte jeg «begrunnelse» som premiss for oppgaven. Jeg hadde vurdert å bruke «motivasjon» eller «bakgrunn» i stedet, men mente at «begrunnelse» var en bedre måte å operasjonalisere problemstillingen på. Skulle jeg avdekket motivasjonen for begrepsbruken kunne diskusjonen tendert mot å bli spekulativ, noe jeg ikke ønsket at arbeidet mitt skulle være. Ved å bruke «bakgrunn» ville nok kunne gi noen av de samme funnene som «begrunnelse», men «bakgrunn» kunne fort favne mye bredere enn begrunnelse. «Begrunnelse» retter seg direkte til informantene og fokuserer på den.

### **6.5.1 En avklaring av forholdet mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv?**

Problemstillingen spør seg hvilken begrunnelse bedriftene har for begrepsbruken. Det jeg tidligere har vist til er at utvalget har uttrykt en forståelse av begrepet friluftsliv, de er tydelige på at virksomheten deres kan beskrives som friluftsliv, men at det er en manglende bevissthet rundt begrepsbruken.

For de tre bedriftene som bruker begrepet friluftsliv vil nok noe av begrunnelsen for begrepsbruken ligge i deres forståelse av begrepet, at de ser virksomheten sin som friluftsliv, og at de har en livsstil der friluftsliv er viktig. Samtidig vil det nok være en forenkling å se det som hele forklaringen på deres begrepsbruk. Spesielt når de sier at de ikke er bevisst sin egen begrepsbruk.

Bedriftene som ikke bruker begrepet friluftsliv sier også at de ikke var bevisst sin egen begrepsbruk. Det er ikke overraskende at bedrifter som ikke bruker et begrep skulle ha noen begrunnelse på fraværet av bruken av et spesifikt begrep. Samtidig viser undersøkelsen at informantene har et reflektert forhold til begrepet friluftsliv. Det vil dermed være nærliggende å tro at begrepet ville ha vært aktuelt når bedriftene skulle beskrive sin virksomhet i markedsføringen. Når bedriftene ikke velger å bruke begrepet friluftsliv kan det ha flere forklaringer. Blant annet har disse bedriftene argumentert for at begrepet friluftsliv ikke lar seg oversette til andre språk.

Det har vist seg at det har vært vanskelig å avklare forholdet mellom reiseliv og friluftsliv i Stortingsmeldingene som har kommet ut de siste 30 årene (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Klima- og miljødepartementet, 2016; Miljøverndepartementet, 2001; Miljøverndepartementet, 1987; Samferdselsdepartementet, 1987). I de to siste meldingene er ønsket at det skal være samspill mellom reiseliv og friluftsliv. I møte med informantene sin klare forståelse av friluftsliv vil det da være anledning til å påpeke nettopp det. De naturbaserte reiselivsbedriftene i denne undersøkelsen mener at virksomheten deres kan beskrives som friluftsliv. Når de samme bedriftene uttrykker manglende bevissthet rundt sin egen begrepsbruk vil da et innspill tilbake til Nærings- og fiskeridepartementet, og Klima- og miljødepartementet være at det vil være hensiktsmessig med en presisering av forholdet mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv. Hvis samspill er ønskelig, vil det samtidig være behov for en slik presisering for å sikre at forvaltningen, forskningen, og næringen har en forståelse av eventuelle grenser eller overlapp. En slik presisering og avklaring vil nødvendigvis ikke gjøre naturbaserte reiselivsbedrifter bevisst sin egen begrepsbruk, men det vil gjøre det enklere å omtale sin egen virksomhet. Lundmark (2009) og Emmelin et al. (2010)

argumenterer for at det finnes overlapp mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv fordi personer som gjør friluftslivsaktiviteter utenfor sine vanlige omgivelser etter UNWTO (2001) sin definisjon er turister. Med det sagt så betyr nødvendigvis ikke det at Lundmark og Emmelin et al. sin forståelse av dette forholdet verken er den mest hensiktsmessige i norsk sammenheng, eller konkret nok for forvaltningen.

### **6.5.2 En forståelse av friluftsliv**

I begrepsavklaringen er det vist til flere definisjoner på begrepet friluftsliv. Det er også vist til at flere sentrale forskere presiserer utfordringen ved å definere friluftsliv, og faren for at definisjoner vil tendere mot essensialisme (Pedersen, 1999; Tordsson, 2010; Horgen, 2018). Samtidig er nettopp diskursen om begrepet friluftsliv noe som har preget fagfeltet friluftsliv side 70-tallet. Odden (2008, s. 33) påstår at denne diskursen har utviklet seg i retning av at de ulike partene, med tiden, har fått større forståelse av hverandres syn. Ved å løfte blikket over på naturbaserte reiselivsbedrifter har denne undersøkelsen avdekket klare forståelser av friluftsliv der aktivitet i natur står sentralt. Flere av informantene uttrykker også en aksept for at det eksisterer andre forståelser av friluftsliv som ikke samsvarer med deres egen. Det betyr at forståelsen av friluftsliv ikke bare ligger hos partene i en akademisk diskurs, men også hos dem som utøver friluftsliv. Når det er snakk om mennesker som selv anser sitt arbeid som friluftsliv er det en viktig stemme å vise til.

## **6.6 Pålitelighet, gyldighet, og erfaring**

I etterkant av en slik undersøkelse er det på sin plass å si noe om påliteligheten og gyldigheten den har. Erfaringene som jeg har gjort i forbindelse med gjennomføring av undersøkelsen blir også drøftet kort.

### **6.6.1 Pålitelighet**

Når det gjelder påliteligheten så viser Thagaard (2009, s. 198-200) til at gjennomsiktighet, og det å skille primærdata fra mine vurderinger er to sentrale sider ved påliteligheten til en kvalitativ undersøkelse. Oppgavens metodekapittel går grundig til verks i å vise hvordan jeg som masterstudent har gått frem. Dette gjelder fra utforming og utvalg til koding av datamateriale. Med dette som utgangspunkt vil det være anledning til å si at dette styrker gjennomsiktigheten til undersøkelsen. Når det gjelder å skille primærdata fra mine egne vurderinger, så er dette gjort ved å gjøre lydopptak av intervjuene. Disse ble transkribert og var grunnlaget når jeg senere skulle gjøre mine vurderinger. Her er det dermed også grunn til å si at min fremgangsmåte styrker påliteligheten i undersøkelsen.

### **6.6.2 Gyldighet**

Når Thagaard (2009, s. 201) skriver om gyldighet trekker hun også her frem gjennomsiktigheten. Her gjelder gjennomsiktigheten de fortolkningene som er gjort i resultatpresentasjonen. For denne undersøkelsen er det to momenter jeg vil løfte frem. Den første er at resultatpresentasjonen veksler mellom rene presentasjoner av informantene og deres bedrifter, og mine fortolkninger av informantenes uttalelser. Målet har vært å sikre leseren en forståelse av hvordan informanten fremsto for meg under intervjuet, og at det er grunnlaget for de fortolkningene jeg har gjort. Det andre er at arbeidet med resultatene er gjort i tett samråd med veilederne for oppgaven. Gjennom deres veiledning har fokuset vært å sikre at jeg holdt meg innenfor rammene av en kvalitativ metode, og hermeneutisk tolkning av transkripsjonene. Begge disse to momentene mener jeg er med på å styrke undersøkelsens gyldighet.

### **6.6.3 Erfaringer fra datainnsamling**

Samlet sett tok datainnsamlingen i overkant av tre uker. Erfaringen min er at selv om informantene var travle med jobben og hverdagen sin, så var de fleste positive til undersøkelsen. En av informantene var merkbart likegyldig, noe som gjenspeilet seg i svarene som ble gitt. Det å ta kontakt via e-post først, for så å ringe via telefon viste seg å være en god måte å opprette kontakt samtidig som jeg ikke følte jeg ble for pågående. Ved å være fleksibel på tidspunkt imøtekom jeg informantene slik at det ble enklest mulig for dem å delta.

## **6.7 Hva betyr det for videre forskning**

### **6.7.1 Overføringsverdi**

I kvalitative undersøkelser vil det være anledning til å se på muligheten for overførbarhet. Det er altså ikke snakk om å generalisere slik som det gjøres i kvantitative undersøkelser (Thagaard, 2009, s. 207-208). Her vil blant annet forskerens logiske resonnement være argumentasjonen som brukes. I denne undersøkelsen har jeg vist at informantene har en klar forståelse av hva de mener friluftsliv er. Med bakgrunn i informantenes uttalelser har jeg også identifisert at friluftsliv kan sies å være en del av deres livsstil. Disse to slutningene mener jeg kan ha overføringsverdi. Som jeg har vist så gjenspeiler informantene funnene i bedriftsundersøkelsen, med unntak av kjønnsbalanse og andelen med akademisk utdanning. Det kan hende at informantenes utdanning kan ha påvirket nettopp dette med forståelsen av begrepet, men det har jeg ikke grunnlag for å si noe om. Stensland et al. (2018) finner at å "kunne arbeide ute i naturen" og å "formidle holdninger om naturverdier til kundene" er

viktige momenter for naturbaserte reiselivsbedrifter, og ser dette som sider ved livsstilen til de ansatte. Sett opp mot mine funn tolker jeg dette til at friluftsliv er en del av denne livsstilen, og det dermed er grunnlaget for den klare forståelsen av begrepet friluftsliv. Snarere enn å konstatere dette, er håpet at fremtidige studier av naturbasert reiseliv kan undersøke hvorvidt dette faktisk kan generaliseres.

### **6.7.2 En avklaring av forholdet mellom reiseliv og friluftsliv**

Oppgaven har trukket frem problemer ved å avklare og presisere forholdet mellom reiseliv og friluftsliv. Ettersom denne undersøkelsen har fokusert på et utvalg bedrifter har det ikke vært anledning til å finne all litteratur på dette forholdet. For å få en oversikt over hvordan dette forholdet har blitt omtalt fra politisk hold, i forskningen og i forvaltningen vil det være tjenlig med en mer omfattende litteraturstudie.

*Veikartet for bærekraftig reiseliv* ønsker at friluftsliv skal være utgangspunktet for produktene som reiselivet tilbyr, og at reiselivsbedriftenes bevissthet rundt friluftsliv skal økes (De Historiske m.f., 2017). De to siste stortingsmeldingene om reiseliv og friluftsliv tar opp viktigheten av at det er samspill mellom reiseliv og friluftsliv (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Klima- og miljødepartementet, 2016). Samtidig er det ikke gjort noen avklaring av forholdet reiseliv og friluftsliv har. Det betyr at en slik avklaring og presisering av dette forholdet vil være tjenlig for både reiselivsnæringen, forvaltningen og forskningen. Lundmark (2009) og Emmelin et al. (2010) har prøvd å avklare forholdet, men det er nødvendigvis ikke slik at deres avklaring er tjenlig i norsk sammenheng. Sammen med en litteraturstudie vil det være anledning til å drøfte dette videre. Målet bør være en avklaring som gjør det enklere for forvaltningen, forskningen og næringen å vite hvilke skiller eller overlapp det faktisk er snakk om.

## 7 Konklusjon

Denne oppgaven har tatt for seg bruken av begrepet friluftsliv i markedsføring av naturbasert reiseliv. Informantene som er intervjuet har uttrykt at natur og aktivitet står sentralt i deres forståelse av begrepet friluftsliv. Det er ingen klare skiller mellom de som bruker begrepet og de som ikke bruker det. Bedriftene uttrykker at de har en klar forståelse av hva de mener friluftsliv er. Flere erkjenner også at det eksisterer flere forståelser av begrepet enn deres egen.

Bedriftene tilpasser aktivitetene sine i møte med kundene. Informantene uttrykker at risiko står sentralt når de gjør denne tilpasningen. En av informantene mener at nordmenn helst går på tur på egenhånd, og at bedriften hans dermed ikke markedsfører seg mot denne kundegruppen. Den erkjennelsen kommer ikke frem hos de informantene som leverer kurs og er tilknyttet særforbund. I oppgaven kommer det frem at alle disse erkjennelsene kan sees som uttrykk for en forståelse av friluftsliv.

Flere av informantene viser til at friluftsliv er en del av deres livsstil. De gjør de samme aktivitetene på fritiden som i jobbsammenheng, og bruker erfaringer de gjør på fritiden inn mot jobben. Dette kan være en forklaring på informantenes klare forståelse av begrepet friluftsliv

Noen av informantene mener det eksisterer spenningsforhold mellom reiseliv og friluftsliv, men ikke alle. Samtidig viser litteraturen at et slikt spenningsforhold har blitt omtalt uten særlig grunnlag i empirisk data. To av informantene uttrykker ambivalens overfor reiselivsnæringen. De ser sin egen virksomhet som friluftsliv, noe de mener står i konflikt til den næringen de selv er en del av.

Ingen av informantene gir uttrykk for at de er bevisst sin egen bruk eller fravær av bruk av begrepet friluftsliv i sin markedsføring. I litteraturen har reiseliv og friluftsliv blitt omtalt flere ganger i norsk kontekst, men det har ikke vært tydelig avklart eller presisert hvorvidt reiseliv og friluftsliv er adskilte fenomener eller om de overlapper hverandre. En avklaring av dette forholdet vil være tjenlig for forvaltning, forskning og næring. Samtidig vil det nødvendigvis ikke være slik at en avklaring eller presisering vil føre til at bedriftene blir mer bevisste sin egen begrepsbruk.



## 8 Referanser

- Adventure Travel Trade Association. (2015). *Adventure tourism development index (5)*. Hentet fra: [https://www.adventureindex.travel/docs/atdi\\_2015.pdf](https://www.adventureindex.travel/docs/atdi_2015.pdf)
- Ahlström, I. (2008). Utomhus i konsumtionssamhället. I Sörlin, S., Sandell, K. (Red.), *Friluftshistoria – Från "Härdande friluftsliv" till ekoturism och miljöpedagogik* (168-184). Stockholm: Carlssons.
- Andersen, O. & Aas, Ø. (2005). *Statuskartlegging av reiseliv og friluftsliv i forbindelse med utvidelse av Ormtjernkampen nasjonalpark* (NINA Rapport 33). Hentet fra: <https://brage.nina.no/nina-xmloi/bitstream/handle/11250/2432045/33.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andersen, O., Aas, Ø., & Kaltenborn, B. P. (2006). *Ytre Hvaler nasjonalpark – Konsekvenser for friluftsliv, reiseliv og fritidshytter* (NINA Rapport 123). Hentet fra: <https://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2006/123.pdf>
- Anderzén, M. E. A. (2017). *Preferanser og holdninger til tilretteleggingstiltak blant turgåere på turstier på Senja*. (Mastergradsoppgave). NMBU, Ås.
- Aasetre J. & Gundersen V. (2012). Outdoor recreation research: Different approaches, different values?. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 66:4, 193-203, DOI: 10.1080/00291951.2012.707987
- Bjelland, M. (2007). *Tilrettelegging av natur for reiseliv og friluftslivsaktivitet: et verdispørsmål*. (Mastergradsoppgave). NIH, Oslo.
- Beery, T. H. (2013). Nordic in nature: friluftsliv and environmental connectedness. *Environmental Education Research*, 19:1, 94-117, DOI: 10.1080/13504622.2012.688799
- Breivik, G. (1978). To tradisjoner i friluftsliv. I Breivik, G. & Løvmo, H. (Red.). *Friluftsliv fra fridtof Nansen til våre dager*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Brevik, M., Dyblie, T., Jørgensen, K. B., Jørstad, K., Landmark-Rosen, J., Olsen, T. R., Olsen, A. M. S., Stangeland, T. & Wiig, T. (2007). *Reiseliv*. Oslo: NKI Forlaget.
- Brymer, E. (2005). *Extreme dude! A phenomenological perspective on the extreme sport experience* (Doktoravhandling, University of Wollongong, Australia). Hentet fra: [https://www.researchgate.net/publication/30388590\\_Extreme\\_dude\\_A\\_phenomenological\\_perspective\\_on\\_the\\_extreme\\_sport\\_experience](https://www.researchgate.net/publication/30388590_Extreme_dude_A_phenomenological_perspective_on_the_extreme_sport_experience)
- Brymer, E. & Gray, T. (2009). Dancing with nature: rhythm and harmony in extreme sport participation. *Journal of Adventure Education & Outdoor Learning*, 9:2, 135-149.
- Christensen, O. (1993). *Skiidrett før Sondre: Vinterveien til et nasjonalt selvbilde*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Danielsen, G. J. (2017). *Besøkendes holdninger og preferanser for tilrettelegging i Ånderdalen nasjonalpark- en kvalitativ og kvantitativ tilnærming*. (Mastergradsavhandling). NMBU, Ås.

- De Historiske, Den Norske Turistforening, Fellesforbundet, HANEN, Innovasjon Norge, NCE Tourism, NHO Reiseliv, Norges Naturvernforbund, Norsk Reiseliv, & Virke Reise Norge og Kultur. (2017). *Mot et bærekraftig reiseliv. Veikart fra reiselivsnæringen i Norge*. Tilgjengelig fra: <https://www.dnt.no/artikler/nyheter/10141-brekraftig-reiseliv/>
- Elmahdy, Y.M., Haukeland, J.V. & Fredman, P. (2017). *Tourism megatrends, a literature review focused on nature-based tourism* (MINA fagrapport 42).
- Emmelin, L., Fredman, P., Jensen, E. L. & Sandell, K. (2010). *Planera för friluftsliv – Natur, samhälle, upplevelser*. Stockholm: Carlsson.
- Fennell, D. (2003). *Ecotourism* (Second edition). London: Routledge.
- Finansdepartementet. (1973). *Langtidsprogrammet 1974-1977*. (Meld. St. nr.71 for 1972-73).
- Finanskomiteen på Stortinget. (2003). *Innstilling fra finanskomiteen om tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet medregnet folketrygden 2003 og enkelte endringer i statsbudsjettet for 2003 i forbindelse med trygdeoppgjøret mv*. Innst. S. nr. 260. Hentet fra URL: <https://www.stortinget.no/nn/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Stortinget/2002-2003/inns-200203-260/>
- Fredman, P., Wall Reinius, S. & Lundberg, C. (2009). *Turism i natur. Definitioner, omfang, statistikk* (ETOUR Rapport R2009:23). Östersund.
- Fredman, P. & Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in Nature-Based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 177-189. Doi: <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.502365>
- Faarlund, N. (1977a). 'Fri-natur-liv' eller 'de fremmedes trafikk'?. *Mestre Fjellet*, (26), 5-8.
- Faarlund, N. (1977b). Vi må se det i øynene: Friluftsliv er i ferd med å bli en «sektor» i «velferds»-politikken!. *Populist*, (3), 4-8.
- Faarlund, N. (1977c). Friluftsliv eller rekreasjon?. *Mestre Fjellet*, (25), 13-15.
- Faarlund, N. (2003). *Friluftsliv – HVA-HVORFOR-HVORDAN* (Elektronisk utgave). Hentet fra URL: <http://naturliv.no/faarlund/friluftsliv.htm>
- Gelter, H. (2000). Friluftsliv: The Scandinavian Philosophy of Outdoor Life. *Canadian Journal of Environmental Education*, 5, 77-92. Hentet fra: <https://cjee.lakeheadu.ca/article/download/302/803>
- Grut, T., Sataøen, H. & Aall, C. (2006). *Kartlegging av reiseliv, gardsturisme, turguidning og friluftsliv og anna miljøbasert næringsutvikling knytt til Breheimen – Mørkrisdalen* (VF-rapport 7/05). Hentet fra: [https://www.vestforsk.no/sites/default/files/migrate\\_files/kartlegging-reiseliv-rapport-7-05.pdf](https://www.vestforsk.no/sites/default/files/migrate_files/kartlegging-reiseliv-rapport-7-05.pdf)
- Hanen. (U.Å). Norsk økoturisme. Hentet fra: <https://norsk-okoturisme.hanen.no/>
- Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. *Parks & Recreation*, 30 (9), 56-65.
- Horgen, A. (2018, 18. oktober). De som hevder at «vår friluftslivs-kultur» refererer til en tidløs tradisjon, bør ikke tas på alvor. *Harvest*. Hentet fra: <https://www.harvestmagazine.no/artikkel/posering-i-friluftslivet>

- Hunt, J. C. (1996). Diving the wreck: risk and injury in sport scuba diving. *Psychoanalytic Quarterly*, LXV, 1996, pp. 591-622. Hentet fra: <http://www.psychomedia.it/pm/grpind/sport/sub2.htm>
- Innovasjon Norge (2018). *Nøkkeltall for norsk turisme 2017*. Hentet fra: [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/N\\_kkel\\_tall\\_for\\_norsk\\_turisme\\_enkeltsider\\_NY\\_VERSJON\\_2017\\_5cb226fe-05b7-4e3c-87c7-56003cf87eff.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/N_kkel_tall_for_norsk_turisme_enkeltsider_NY_VERSJON_2017_5cb226fe-05b7-4e3c-87c7-56003cf87eff.pdf)
- Jacobsen, J. K. S. & Viken, A. (Red.). (2014). *Turisme- Fenomen og næring* (4. utgave). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Kaltenborn, B. P. (1993). Forskning på friluftslivet – Bakgrunn og utvikling. I Kaltenborn, B. P. & Vorkinn, M. (red.). *Vårt friluftsliv*. Temahefte 3. Trondheim: Norsk institutt for naturforskning.
- Klima- og miljødepartementet. (2016). *Friluftsliv - Natur som kilde til helse og livskvalitet*. (Meld. St. nr. 18). Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-18-20152016/id2479100/>
- Klima- og miljødepartementet. (2017, 4. april). Nå kan el-sykkel brukes i utmark. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/na-kan-el-sykkel-brukes-i-utmark/id2548074/>
- Kvaløy, S. (1968). Kommersiell turisme – informasjonsmengde null?. *Mestre Fjellet*, (3-4), 29
- Lundmark, L. (2009). *Efterfrågan på naturturism: Nuläge och potential för regional utveckling* (Forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr. 11).
- Margaryan, L. & Fredman, P. (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 84-92. Hentet fra: [https://www.researchgate.net/publication/313406996\\_Bridging\\_outdoor\\_recreation\\_and\\_nature-based\\_tourism\\_in\\_a\\_commercial\\_context\\_Insights\\_from\\_the\\_Swedish\\_service\\_providers](https://www.researchgate.net/publication/313406996_Bridging_outdoor_recreation_and_nature-based_tourism_in_a_commercial_context_Insights_from_the_Swedish_service_providers)
- Mehmetoglu, M. (2005). Kapittel 19 - Kvalitativ forskning i reiseliv: Dataanalysen. I Ellingsen, K. A., Mehmetoglu, M. (Red.). *Perspektiver på markedsføring av reiseliv* (s. 355-375). Bergen: Fagbokforlaget.
- Mehmetoglu, M. (2007). *Naturbasert turisme*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Miljødirektoratet. (2018, 20. august). Nytt utkikkspunkt ønsker velkommen inn i Jotunheimen. Hentet fra: <https://www.miljodirektoratet.no/aktuelt/nyheter/2018/august-2018/nytt-utkikkspunkt-onsker-velkommen-inn-i-jotunheimen/>
- Miljøverndepartementet. (2001). *Friluftsliv – Ein veg til høgare livskvalitet*. St. meld. nr. 39. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-39-2000-2001-/id194963/>
- Miljøverndepartementet. (1987). *Om friluftsliv*. St. meld. Nr. 40. Hentet fra: [https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1986-87&paid=3&wid=c&psid=DIVL483&pgid=c\\_0358](https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1986-87&paid=3&wid=c&psid=DIVL483&pgid=c_0358)

- Müller, D. K. (2008). Det kommersielle friluftslivet. Rapport nr 7 fra forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring. Hentet fra:  
<http://arkivering.miun.se:8080/wayback/20130624120627/http://www.friluftsforskning.se/download/18.2146342213cd585bccc2ea6/7+Det+kommersiella+friluftslivet.pdf>
- Müller, H. (1990). For en reiselivsutvikling i harmoni med mennesket og natur. *Mestre Fjellet*, (37), 13-19.
- Nansen, F. (1962). *Eventyrlyst: Artikler og taler*. H. Aschehoug & CO. (W. Nygaard): Oslo.
- Nansen, F. (1995). *Eventyrlyst*. J. W. Cappelen Forlag A-S.
- Naturvårdsverket. (U.Å.). Friluftsliv i förändring. U.D. Hentet fra:  
<https://www.naturvardsverket.se/Om-Naturvardsverket/Publikationer/ISBN/6500/978-91-620-6547-8/>
- NMBU. (2018, 26. juni). Om Biotour. Hentet fra: <https://www.nmbu.no/Biotour/om>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2017). *Opplev Norge – unikt og eventyrlig*. (Meld. St. nr. 19). Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-19-20162017/id2543824/>
- Nærings- og handelsdepartementet. (2000). *Lønnsomme og konkurransedyktige reiselivsnæringer*. St. meld. nr. 15. Hentet fra:  
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-15-1999-2000-/id192656/>
- Odden, A. (2008). *Hva skjer med norsk friluftsliv?: En studie av utviklingstrekk i norsk friluftsliv 1970-2004* (Doktorgradsavhandling). Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim.
- Pedersen, K. (1999). *"Det har bare vært naturlig": Friluftsliv, kjønn og kulturelle brytninger* (Doktoravhandling). Norges idrettshøgskole, Alta.
- Reitan, J. (1994). *Naturvern – friluftsliv – turisme: Konflikter i planlegging og forvaltning: en litteraturstudie*. Oslo: Norsk institutt for by- og regionforskning.
- Samferdselsdepartementet. (1987). *Om reiselivet*. St. meld. Nr. 14.
- Stensland, S., Fossgard, K., Apon, J. C., Baardsen, S., Fredman, P., Grubben, I., Haukeland, J. V. & Røren, A. M. E. (2014). *Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Frekvens- og metoderapport* (INA fagrapport 25). Norges miljø og biovitenskapelige universitet, Ås, Norge: Hentet fra:  
<http://www.umb.no/statisk/ina/publikasjoner/fagrapport/if25.pdf>
- Stensland, S., Fossgard, K., Hansen, B.B., Fredman, P., Morken, I.-B., Thyrrstrup, G. & Haukeland, J.V. (2018). *Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Statusoversikt, resultater og metode fra en nasjonal spørreundersøkelse* (MINA fagrapport 52).
- Sung, H. H., Morrison, A. M. & O'Leary, J. (1996). Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Empirical Application from Providers Perspective. *Asian Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2). s. 47-67.
- Sörlin, S. & Sandell, K. (2008). *Friluftshistoria – Från "Härdande friluftslif" till ekoturism och miljöpedagogik*. Stockholm: Carlssons.
- Thagaard, T. (2009). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode – 3. Utgave*. Fagbokforlaget: Bergen.

- Tordsson, B. (2003). *Å svare på naturens åpne tiltale: En undersøkelse av meningsdimensjoner i norsk friluftsliv på 1900-tallet og en drøftelse av friluftsliv som sosiokulturelt fenomen* (Doktorgradsavhandling). Norges Idrettshøgskole, Oslo.
- Tordsson, B. (2010). *Friluftsliv kultur og samfunn*. Høyskoleforlaget, Kristiansand.
- UNWTO. (2001). Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. Hentet fra: [https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF\\_80e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80e.pdf)
- Valentine, P. (1992). Nature-based tourism. I: Weiler, Betty, and Hall, Colin Michael, (red.) *Special interest tourism*. Belhaven Press, London, Great Britain, s. 105-127. Hentet fra: <https://researchonline.jcu.edu.au/1632/>
- Varley, P. & Semple, T. (2015). Nordic slow adventure: Explorations in Time and Nature. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 15 (1-2), 73-90. DOI: <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1028142>
- Vold, T. (2015). *Venner på tur: naturguiding som relasjonell kunnskap* (Doktorgradsavhandling). Norges idrettshøgskole, Oslo.
- Vorkinn, M., Vittersø, J. & Riese, H. (2000). *Norsk friluftsliv – På randen av modernisering?* (ØF-rapport, nr. 02/2000).

## 8.1 Figurliste

Figur 1: Hentet fra Emmelin, L., Fredman, P., Jensen, E. L., Sandell, K. (2010). *Planera för friluftsliv – Natur, samhälle, upplevelser*. Stockholm: Carlsson.

Figur 2: Utformet spesielt for oppgaven.

## 9 Appendiks

### 9.1 Intervjuguide (Friluftsliv)

1. Hvor mange arbeider i bedriften?
2. Hvilke type produkter tilbyr bedriften?
3. Har bedriften samarbeid med andre aktører?
4. Hvilke type kunder markedsføres det mot?
  - Hvilke nasjonalitet har kundene deres?
5. Hvordan ser en vanlig dag på jobb med kundene ut?
6. Hvor lenge varer turene dere arrangerer?
7. Hvor lenge er kundene utendørs?
8. Hvilke aktiviteter er det kundene gjør?
9. Brukes det motoriserte kjøretøy i den forbindelse?
10. Hvilke naturopplevelser tar bedriften sikte på å gi kundene?
11. Hva ønsker bedriften at kunden skal sitte igjen med når han/hun reiser hjem?
12. Hvilke plattformer markedsfører bedriften seg på?
  - Brukes begrepet friluftsliv på disse?
13. Har bedriften en bestemt profil som dere ønsker å formidle?
14. Kan du beskrive produktene til bedriften med ett ord?
  - o (Hvis det blir vanskelig kan jeg eksemplifisere, men ikke legge ordene i munnen på dem.)
    - (Friluftsliv, naturbasert reiseliv, slow adventure, opplevelsesturisme, outdoor recreation, økoturisme.)
15. Hvordan definerer bedriften friluftsliv?
16. Hva gjør at produktene deres kan betegnes friluftsliv?
17. Hvor lenge har bedriften brukt friluftsliv som begrep i markedsføringen?
18. Selger dere produkter som bedriften mener ikke kan betegnes som friluftsliv?
19. Kan du si noe om kundenes forhold til begrepet friluftsliv basert på dine erfaringer?
20. Er inntrykket ditt at kundene ønsker å lære mer om hva friluftsliv er?
21. Erfarer dere at kundene interesserer seg for friluftsliv?
22. Tror du begrepet virke avskrekkende for enkelte kunder? I så fall; på hvilken måte?
23. Finnes det en iboende konflikt mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv?

- Har bedriften noen eksempler på hvordan denne konflikten kan utarte seg?
  - Påvirker denne konflikten hvordan bedriften markedsfører seg?
24. Finnes det en avstand mellom friluftsliv i produktene bedriften leverer, og friluftsliv som praktiseres utenfor kommersielle rammer?
25. Har bedriften mottatt reaksjoner på at den bruker friluftsliv i markedsføringen sin?
26. Både naturbasert reiseliv og friluftsliv er i rask endring. Tror du det har noe å bety for bedrifter som bruker friluftslivsbegrepet i naturbasert reiseliv?
27. Kjenner bedriften til andre reiselivsbedrifter som snakker om/bruker begrepet friluftsliv i sin markedsføring?
28. Hvilken type utdanning har de ansatte?
- Har noen av de ansatte utdanning i friluftsliv?
29. Hvilke utdanningskrav stiller bedriften til de ansatte?
30. Kjønn
31. Alder
32. Stilling

## 9.2 Intervjuguide (Uten friluftsliv)

1. Hvor mange arbeider i bedriften?
2. Hvilke type produkter tilbyr bedriften?
3. Har bedriften samarbeid med andre aktører?
4. Hvilke type kunder markedsføres det mot?
  - Hvilke nasjonalitet har kundene deres?
5. Hvilke produkter er det bedriften leverer per i dag?
6. Hvordan ser en vanlig dag på jobb med kundene ut?
7. Hvor lenge varer turene dere arrangerer?
8. Hvor lenge er kundene utendørs?
9. Hvilke aktiviteter er det kundene gjør?
10. Brukes det motoriserte kjøretøy i den forbindelse?
11. Hvilke naturopplevelser tar bedriften sikte på å gi kundene?
12. Hva ønsker bedriften at kunden skal sitte igjen med når han/hun reiser hjem?
13. Hvilke plattformer markedsfører bedriften seg på?
14. Har bedriften en bestemt profil som dere ønsker å formidle?
15. Kan du beskrive produktene til bedriften med ett ord?
  - o (Hvis det blir vanskelig kan jeg eksemplifisere, men ikke legge ordene i munnen på dem.)
    - (Friluftsliv, naturbasert reiseliv, slow adventure, opplevelsesturisme, outdoor recreation, økoturisme.)
16. Vil noen av produktene deres kunne betegnes som friluftsliv?
  - Hvorfor det?
  - Hvordan definerer bedriften friluftsliv?
  - Ville bedriften kunne brukt begrepet friluftsliv i markedsføringen av disse produktene? Hvorfor/Hvorfor ikke
17. Hvilke kundegrupper er det som dominerer?
18. Kan du si noe om kundenes erfaringer med utendørsaktivitet og friluftsliv slik dere ser det?
19. Finnes det en iboende konflikt mellom naturbasert reiseliv og friluftsliv?
  - Har bedriften noen eksempler på hvordan denne konflikten kan utarte seg?
20. Kjenner bedriften til reiselivsbedrifter som snakker om/bruker begrepet friluftsliv i sin markedsføring?

21. Både naturbasert reiseliv og friluftsliv er i rask endring. Hva regner bedriften vil være den videre utviklingen for reiselivsbransjen?
22. Hvilken type utdanning har de ansatte?
  - Har noen av de ansatte utdanning i friluftsliv?
23. Hvilke utdanningskrav stiller bedriften til de ansatte?
24. Kjønn
25. Alder
26. Stilling

## 9.3 Samtykkeerklæring

### **Vil du delta i masterprosjektet «Friluftsliv i naturbasert reiseliv»?**

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et masterprosjekt hvor formålet er å se på bruken av begrepet friluftsliv i markedsføring av naturbasert reiseliv. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

Formålet med masteroppgaven er å se på begrunnelsen naturbaserte reiselivsbedrifter har for sin bruk eller fravær av bruk av begrepet friluftsliv i sin markedsføring. Masteroppgaven vil ta for seg seks bedrifter. Tre av dem bruker begrepet friluftsliv og de resterende tre ikke bruker begrepet friluftsliv, men leverer tilsvarende produkter. Oppgaven er på 30 studiepoeng, og starter januar 2019, med vurdering i juni samme år. Datainnsamlingen som jeg skal foreta meg vil kun bli brukt i oppgaven.

#### **Problemstilling**

Hvilken begrunnelse har bedrifter innenfor naturbasert reiseliv for sin bruk, eller fravær av bruk, av begrepet friluftsliv i markedsføring?

#### **Underproblemstilling**

Hvilken mening og definisjon legger bedriftene i begrepet friluftsliv?

Hvorfor/hvorfor ikke blir begrepet friluftsliv brukt?

Har begrepsbruken en direkte sammenheng med bedriftens kundegruppe?

Finnes det en iboende konflikt mellom friluftsliv og naturbasert reiseliv?

#### **Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?**

Masteroppgaven er en del av studiet Naturbasert reiseliv ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) på Ås. Veileder for oppgaven er professor Peter Fredman. Biveileder for oppgaven er førsteamanuensis Thomas Vold fra Norges Idrettshøgskole (NIH) i Oslo.

#### **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

Utvalget er gjort med bakgrunn i bruk av begrepet friluftsliv på bedrifters hjemmeside. Adressen til hjemmesiden er hentet fra bedriftsundersøkelsen til forskningsprosjektet BIOTOUR som NMBU leder. Bedriftsundersøkelsen har tatt for seg 585 naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge.

#### **Hva innebærer det for deg å delta?**

Hvis du velger å delta i prosjektet innebærer det at du vil bli intervjuet via telefon. Intervjuet er på ca. 30 spørsmål, og vil vare i ca. 1 time. Det vil bli gjort opptak av intervjuet, samt notater.

#### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg og din bedrift hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

#### **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. De som vil ha tilgang vil være student, veileder og biveileder. Navnet og kontaktopplysningene dine vil jeg erstatte med en kode som

lagres på egen navneliste adskilt fra øvrige data. Transkripsjoner og annet datamateriell vil bli lagret på universitetets krypterte skylagring.

**Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Prosjektet skal etter planen avsluttes innen av slutten av juni 2019. Etter endt vurdering vil personopplysningene slettes.

**Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

**Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra NMBU har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

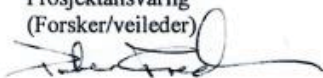
**Hvor kan jeg finne ut mer?**

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Masterstudent; Endre Hovland ([endreh@nmbu.no](mailto:endreh@nmbu.no)), veileder; professor Peter Fredman ([peter.fredman@nmbu.no](mailto:peter.fredman@nmbu.no)).
- Vårt personvernombud: Jan Olav Aarflot ([jan.olav.aarflot@nmbu.no](mailto:jan.olav.aarflot@nmbu.no))
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost ([personvernombudet@nsd.no](mailto:personvernombudet@nsd.no)) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig  
(Forsker/veileder)



PETER FREDMAN

Student



## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «*Friluftsliv i naturbasert reiseliv*», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

☐ å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, ca. 15. mai

\_\_\_\_\_  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)



**Norges miljø- og biovitenskapelige universitet**  
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet  
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003  
NO-1432 Ås  
Norway