

Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Masteroppgave 2021 30 stp

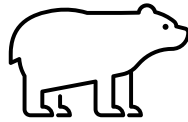
Fakultet for miljøvitenskap og naturforvaltning (MINA)

Hvordan naturguider i Arktis Svalbard etterlever normer om isbjørn som attraksjon i turismen

Torill Brandal Berge

Naturbasert reiseliv

«Det er en litt sånn rask turisme, på et sted som er alt annet enn raskt. På samme måte som dyrelivet reproducerer seg sakte, så er dette et sakte sted».



Preludie-sitat: Informant 8.

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet som en avslutning på mitt toårige studie i naturbasert reiseliv ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU), ved fakultet for miljøvitenskap og naturforvaltning (MINA). Etter 13 års arbeid i reiselivet, og i en tid hvor digitalisering og klima- og miljøspørsmål står øverst på dagsordenen, ønsket jeg faglig påfyll og nye perspektiver på turismen. Emnesammensetningen og mulighetene ved NMBU oppfyller mine forventninger i stor grad. Arbeidet med masteroppgaven har vært en omstendelig og spennende prosess. Selv om den ble skrevet under en pandemi, har digitale løsninger muliggjort god dialog med veileder og medstudenter underveis i prosessen.

Jeg vil med dette rette en stor takk til min veileder Øystein Aas, for verdifull og kunnskapsrik oppfølging, samt god tilgjengelighet gjennom hele oppgaveforløpet. I tillegg vil jeg rette takk til Hilde Nikoline Hambro Dybsand for tiden du har viet til meg i forbindelse med oppgaven, og erfaringene du har delt. Samarbeidet med dere har gitt meg et bredere perspektiv på fagfeltet i sin helhet og språkføringen min har utvilsomt utviklet seg takket være nyttige innspill. Videre vil jeg rette en stor takk til enhver informant som har satt av tid til å snakke med meg. Dere har møtt meg med en positiv og nysgjerrig innstilling, og delt åpenhertig av deres erfaringer innen temaene vi har diskutert. Dere har gitt innholdsrik informasjon og forståelse til prosjektet. Avslutningsvis rettes en stor takk til mine to «tekstdoktorer» som har satt av tid til å lese korrektur i siste instans. Familien og kjæreste har også vist stor tålmodighet i en tid hvor jeg har hatt solid arbeidsmengde og vært fokusert på oppgaven. Jeg setter pris på all oppvarming som jeg har fått i en tid med hjemmekontor og covid-stengt campus.

Brandal, 31. mai 2021

Torill Brandal Berge

Sammendrag

Denne studien tar for seg naturguiders holdninger, normer og atferd relatert til isbjørn som attraksjon i turismen på Svalbard. Svalbard regnes som en av fem internasjonale destinasjoner for isbjørnturisme, til tross for at gjeldende regelverk ikke oppmuntret til aktiv bruk av isbjørn som attraksjon. Øygruppa består i stor grad av verneområder og regionen er underlagt et strengt miljøregelverk. Isbjørnen er fredet i henhold til svalbardmiljøloven (2001, § 25), og en formell bestemmelse som spesielt utfordrer isbjørnturismen på øygruppa er forbudet mot aktivt å oppsøke isbjørn: «Det er forbudt å lokke til seg, forfølge eller ved annen aktiv handling oppsøke isbjørn slik at den blir forstyrret eller det kan oppstå fare for mennesker eller isbjørn» (§ 30). Hensikten med regelen er å beskytte både mennesker og dyr, og forhindre potensielt farlige situasjoner når man ferdes i isbjørnens territorier.

Reiseliv er en viktig næring på Svalbard. Destinasjonen er et populært sted for å oppleve dyreliv, og øygruppa er et yndet reisemål for arktisk friluftsliv. Dette bidrar til sosial og økonomisk bærekraft for lokalsamfunnet. Viltturismen tilbyr opplevelser som kan ha stor innflytelse på en persons liv, og bransjen kan formidle kunnskap som gir verdifull forståelse for naturen og dyrelivets sammenhenger. Denne forståelsen er viktig for å kunne ivareta det biologiske mangfoldet på kloden og økosystemene som det lever i. Isbjørnen kommersialiseres gjennom markedsføring og organiserte turer i dyrelivets naturlige leveområde, hvor enkelte aktører også hevdes å operere med isbjørngaranti. Mange ønsker å delta på aktiviteter som øker deres mulighet for å se isbjørn, da det er en imponerende og sjelden art. Til tross for bestemmelsene om isbjørn fremstår arten som et viktig symbol i reiselivet. Et paradoks med isbjørnenes posisjon er imidlertid at den utgjør et globalt symbol for klimaendringer, og arten står i fare for å forsvinne når isen smelter. I tillegg har etterspørselen etter nære dyrelivsmøter blitt stimulert og forsterket av markedsføring og atferdstrender i sosiale medier, noe som statuerer nye utfordringer for nisjen. Utvikling av naturbaserte destinasjoner fordrer dermed helhetlige forvaltningsstrategier som både ivaretar turismen, bevaringsspørsmål og dyrevelferd.

Formålet med denne studien er å forstå hvordan holdninger, normer og atferdskontroll påvirker naturguidenes handlinger i møte med isbjørn i turistsammenheng, og hva som stimulerer denne atferden. Oppgaven tar for seg hvordan bevissthet og kunnskap om forhold som påvirker atferd kan bidra til en ansvarlig tilnærming til isbjørn og annet dyreliv. Datamateriale ble samlet inn

gjennom 10 semistrukturerte dybdeintervju med naturguider, bro-organisasjoner og forvaltningen på Svalbard. Funn tyder på at naturguidene har sterke personlige normer knyttet til isbjørn og lojalitet overfor miljøregelverket. Disse forholdene hjelper dem generelt å stå imot et potensielt kommersielt og sosialt press om å innfri turistenes forventninger til å se isbjørn. Samtidig hevdes det at turistene i stor grad klarer å moderere sine forventninger, noe som er gunstig for å opptre ansvarlig i møte med isbjørn.

Resultatene viser imidlertid at moralske standarder, retningslinjer og lovgivningen som beskytter dyrelivet utfordres i møte med motstridende mål og interesser. Guidene kan komme mellom barken og veden når de skal balansere ulike forventninger, normer og andres subjektive tolkninger av observerte isbjørnhendelser. Forholdene kan ofte, men ikke alltid, medføre at mange holder avstand til isbjørn, ettersom personlige, sosiale og formelle sanksjoner kan stimulere og korrigere atferd. Et økende globalt press på å besøke avsidesliggende steder med unik fauna, krever at forskning setter søkelyset på viltturisme som foregår i dyrelivets naturlige leveområde. Samspillet mellom mennesker og dyr kan forbedres ved å adressere atferd som har negativ innvirkning på økosystemer, biologisk mangfold og dyrevelferd, i kombinasjon med strukturelle virkemiddel som formelle normer og tydelig bransjestandarder for alle involverte aktører. Bedre forståelse av holdninger, uformelle normer og atferd, har potensial til å beskytte sårbar natur og dyreliv i møte med turismen.

Abstract

This study explores nature guides' attitudes, norms and behaviors related to polar bear interactions in the context of wildlife watching tourism in Arctic Svalbard. Svalbard is considered one of five international destinations for polar bear tourism despite current management policies and regulations that do not encourage active polar bear tourism. The archipelago largely consists of protected areas and the region is subject to strict environmental regulations. Polar bears are protected in accordance with Svalbard Environmental Protection Act (2001, Section 25), and a formal provision that specifically challenges polar bear experiences is the prohibition against actively seeking for polar bears: «It is prohibited to lure, pursue or otherwise seek out polar bears in such a way as to disturb them or expose either bears or humans to danger» (Section 30). The purpose of the rule is to protect polar bears and human visitors alike, by preventing unnecessary and potentially dangerous encounters when entering polar bear habitat.

Tourism is an important industry in Svalbard. The archipelago is a popular destination for wildlife tourism and arctic outdoor recreational activities, which benefit the human and economic sustainability dimensions in the local community. Wildlife tourism is a powerful tool to create transformative experiences, which may lead to improved environmental behaviors and promote conservation efforts. Increased capacity and affordable prices allow a growing number of people to participate in wildlife tourism in remote and vulnerable destinations. Tourism's interest in exotic and endangered species is growing and poses a considerable challenge, particularly evident in the Arctic. Polar bear tourism exemplifies the paradox where a vulnerable species is synonymous with both attractive tourism experiences as well as being a symbol of climate change. Also, the demand for close interactions with wildlife has been stimulated and reinforced by marketing and behavioral trends, which poses new challenges to the niche. Therefore, wildlife destinations must strive for comprehensive and interdisciplinary management strategies considering both tourism, conservation, and animal welfare concerns.

The main objective of this study is to understand how attitudes, norms, and perceived behavioral control influence nature guides' behaviors during tourism-polar bear interactions. The thesis investigates what effects these three components, and how awareness and knowledge of what influences peoples' actions may improve behaviors among players in the Arctic wildlife tourism

industry. Data was gathered through 10 semi-structured interviews with nature guides, corporate interest groups and the local government in Svalbard. Results indicate that strong injunctive norms related to polar bears and loyalty towards the official legislation, generally prevent nature guides from giving in to a desire and the potential social pressure from guests to experience polar bears. Meanwhile, tourists seem highly capable of adjusting their expectations, which also benefit responsible human-wildlife interactions.

However, findings suggest that moral standards, guidelines, and legislation protecting wildlife are challenged when meeting conflicting goals and interests. Guides can be stuck between a rock and a hard place when dealing with a variety of expectations, sanctions, and other people's subjective interpretation of observed polar bear events. This can in many cases, but not always, serve as a motivation to keep their distance to polar bears, as personal, social, and formal sanctions may be drivers for behavior. Increasing global pressure to visit remote places with unique fauna requires improved focus on wildlife viewing tourism in animals' natural habitat. Furthermore, improved human-wildlife interactions can be achieved through addressing negative behaviors towards ecosystems, biodiversity, and animal welfare, in combination with structural fixes such as formal norms and common wildlife tourism standards. A better understanding of norms and behaviors, hold potential to benefit endangered species roaming in vulnerable habitats.

Innhold

Figurer	x
Tabeller	x
1. Innledning	1
1.1 Formål	3
1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål	4
2. Teori	5
2.1 Viltturisme	5
2.2 Normer	10
2.3 «Theory of planned behaviour»	12
3. Områdebeskrivelse	17
4. Metode	22
4.1 Metodevalg	22
4.2 Forskningsdesign	22
4.3 Datainnsamling	23
4.4 Informanter	24
4.5 Intervju	25
4.6 Bearbeiding og analyse av datamaterialet	27
4.7 Vurdering av metode og datamaterialet	29
4.8 Etske avveininger	31
5. Analyse	33
5.1 Kommersialisering av isbjørn	33
5.2 Isbjørnens symbolverdi i turismen	38
5.3 Naturguidenes forståelse av sårbart naturmiljø og virkningene av egen virksomhet	42
5.4 Holdninger, normer og atferdskontroll	48
6. Diskusjon og konklusjon	64
6.1 Heterogen turistbransje	64
6.2 Turistbransjens tosidighet: Hvorfor brytes normer	67
6.3 Konklusjon	71
6.4 Implikasjoner og videre forskning	73
Referanser	i
Vedlegg	v
Vedlegg I: Intervjuguide	v
Vedlegg II: Informasjonsskriv	vi

Figurer

Figur 1: «Theory of planned behavior» (Ajzen, 1985), illustrert basert på Miller (2017).	16
Figur 2: Temakart Sysselmannen på Svalbard (2021).	21
Figur 3: Oppfatninger basert på TPB (Ajzen, 1985; Miller, 2017).	62
Figur 4: Holdninger, normer og atferdskontroll basert på TPB (Ajzen, 1985; Miller, 2017).	63

Tabeller

Tabell 1: Illustrasjon av metodisk fremgangsmåte.	29
--	----

1. Innledning

Denne rapporten omhandler viltturisme og naturguiders holdninger, normer og atferd relatert til isbjørn (*Ursus maritimus*) som attraksjon reiselivet på Svalbard. Viltturisme er en nisje innen naturbasert reiseliv, som består av samhandling mellom mennesker og ville dyr og fuglearter i rekreasjonsøyemed (Borges de Lima & Green, 2017; Burns, 2017). Et bredt og mangfoldig sett med opplevelser og formål eksisterer under betegnelsen viltturisme. Nisjen klassifiseres i henhold til ulike typer aktiviteter og omgivelser hvor samhandling med dyrelivet foregår. Viltturisme består av konsumerende aktiviteter som jakt og fiske, og ikke- konsumerende aktiviteter som består av å observere ville dyr, for eksempel viltsafari og fuglekikking. Samspillet mellom mennesker og dyr i viltturismen foregår i faunaens naturlige leveområde, for eksempel i en nasjonalpark, eller i fangenskap, slik som i dyrehager og på sirkus (Borges de Lima & Green, 2017; Burns, 2017; Higginbottom, 2004; Reynolds & Braithwaite, 2001). De siste ti årene har turistaktiviteter som involverer viltopplevelser blitt mer attraktivt over hele verden og opplevelsen av å se dyreliv er en viktig årsak til at mange deltar i viltturisme (Manfredo, 2008; Reynolds & Braithwaite, 2001).

Utviklingen i vårt moderne samfunn preges av forbrukerkultur og urbanisering (Curtin & Kragh, 2014). Ifølge WHO (u.å.) forventes 68% av verdens befolkning å være bosatt i byer innen 2050. Denne utviklingen medfører at mange mister sin relasjon til naturen og dyrelivet, samtidig som søken etter meningsfulle opplevelser er et grunnleggende aspekt ved menneskets natur (Curtin & Kragh, 2014). Disse forholdene stimulerer etterspørselen i viltturismen (Reynolds & Braithwaite, 2001). Nisjen kan bidra til å gjenopprette menneskers tilknytning til naturen. I møte med natur og dyreliv kan turistene få et bredere perspektiv på hvordan økosystemene fungerer og dermed en bedre forståelse av naturens verdi. Dette medfører at viltturismen kan bidra til å opprettholde etterspørsel og skape arbeidsplasser og økonomisk bærekraft også i fremtiden (Curtin & Kragh, 2014; Reynolds & Braithwaite, 2001). Det er imidlertid et dilemma at eksotiske og rødlistede arter som lever i fjerntliggende og sårbare naturområder er spesielt attraktive for turister (Buckley, 2000; Dybsand, 2020; L. B. Miller et al., 2020). På grunn av de negativ innvirkningene som reising og ferdsel i naturen medfører, for eksempel CO₂-utslipp og menneskelig påvirkning på dyreliv, vil volumøkning i turismen på sårbare destinasjoner tilføre ekstra miljøbelastning til områder som allerede er under press.

En sterk drivkraft i reiselivet generelt er å oppleve noe for siste gang, før fenomenet forsvinner. Turisme som viser spesiell interesse overfor sensitive og utrydningstruede arter og miljøer betegnes gjerne som «last chance tourism» (Burns, 2017; L. B. Miller et al., 2020). Selv om Svalbard i stor grad består av verneområder (Statistisk sentralbyrå, 2020), og regionen er underlagt et strengt miljøregelverk (svalbardmiljøloven, 2001), er destinasjonen eksempel på et naturområde som er utsatt for store og dels dramatiske menneskeskapte påvirkninger (Miljøstatus, 2021). Lokalsamfunnets økonomi er samtidig avhengig av turismen, noe som fører til komplekse forvaltningsoppgaver (Dou & Day, 2020; Fredman & Tyrväinen, 2010). Konsekvensen av menneskelige påvirkninger på økosystemet er en global bekymring (Dou & Day, 2020), og behovet for effektiv viltforvaltning øker i takt med antall arter som opplever bestandsreduksjon eller utrykkes (Burns, 2017). Bærekraftig utvikling av viltturisme krever dermed kunnskap og forståelse både knyttet til ulike turistmarkeder, reiselivsprodukter, samt forvaltning og styring av destinasjoner som tilbyr vilttursisme (Curtin, 2005).

Viltsafari og fuglekikkings økende popularitet fordrer at bevaringstiltak balanseres med tilgang til autentiske opplevelser (Dybsand & Stensland, 2021). Økt oppmerksomhet på dyrevelferd i media og offentlige debatter tyder samtidig på et skifte hvor mennesker i større grad anerkjenner behovet for moralske og økosentriske verdier i sitt levesett (Burns, 2017). Ved å legge til rette for meningsfulle og ansvarlige møter med ville dyr kan turoperatørene påvirke turistenes bevissthet, holdninger og atferd i favør for miljø, natur og dyreliv, blant annet fordi dyr har stor følelsesmessig effekt på mennesker (Frank & Conover, 2015; Jacobs, 2009). For eksempel har flere turoperatører i Arktis et høyt fokus på bevaringsformål i forbindelse med sin virksomhet. Blant annet blir passasjerer om bord ulike ekspedisjonscruise¹ på Svalbard ledsaget av guider som er utdannet innen fagområder som biologi, geologi, naturforvaltning og zoologi. Annet bevaringsarbeid kan være kompensering av flyreiser ved blant annet treplanting i Kenya, noe som bidrar til å gjenopprette leveområde for en rekke arter i et annet utsatt område og dermed øke det biologiske mangfoldet der (Se for eksempel Basecamp Explorer Foundation, u.å.; PolarQuest, u.å.; WildPhoto Travel, u.å.). Kunnskapsformidling i kombinasjon med egenlevde erfaringer viser seg å være et viktig verktøy for å gi personlig tilknytning og ansvarsfølelse overfor naturen (Ballantyne, Packer & Sutherland, 2011; Curtin & Kragh, 2014; Jacobs, 2009).

¹ Ekspedisjonsfartøy tar opptil 500 passasjerer. Et ekspedisjonscruise varer gjennomsnittlig fra syv til 10 dager. Skipene starter og sluttes som regel i Longyearbyen, noe som medfører at gjestene flyr til og fra Svalbard (Arbeidsutvalg kystcruise på Svalbard, 2020).

For flere arter og i ulike miljøer eksisterer det skrevne og uskrevne lover, regler og anbefalinger om hvordan turister skal oppføre seg (AECO, u.å.; Dybsand, 2020; svalbardmiljøloven, 2001; Visit Svalbard, u.å.). I hvilken grad folk overholder slike råd og regler varierer, samt at regelbrudd har ulike forklaringer og årsakssammenhenger (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999; Z. Miller, 2017). Viltturismens aktører og forvaltningen kan styre bransjens og turistenes samhandling med ville dyr, noe som i bunn er grunnleggende ledelse av mennesker (Dou & Day, 2020). Holdninger og normer trekkes blant annet frem som viktige påvirkningsfaktorer som kan bidra til å avbøte uønsket oppførsel ved å etablere sosialt aksepterte standarder og vilkår for atferd (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999). I tillegg vil en handling være avhengig av hvor godt en person evner å kontrollere den aktuelle situasjonen (Z. Miller, 2017). Subjektive normer er en sentral del av «Theory of Planned Behaviour», teorien om planlagt atferd, som ble utarbeidet av Ajzen (1985) for å forstå og forutsi atferd.

1.1 Formål

Med denne masteroppgaven ønsker jeg å bidra med økt innsikt i svalbardturismens tilnærming til isbjørn, som i Arktis fremstår som en viktig attraksjon i reiselivet, samtidig som den er et globalt symbol for klimaendringene. Svalbardmiljøloven (2001) formulerer en formell bestemmelse med hensikt om å beskytte isbjørnen. Regelverkets intensjon er å forhindre konfrontasjoner som utgjør en fare for både mennesker og dyr. Bestemmelsen lyder slik: «Det er forbudt å lokke til seg, forfølge eller ved annen aktiv handling oppsøke isbjørn slik at den blir forstyrret eller det kan oppstå fare for mennesker eller isbjørn» (§ 30). Formålet med oppgaven er å undersøke hvordan holdninger, normer og atferdskontroll fungerer som regulerende element for naturguidenes handlinger i møte med isbjørn (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Z. Miller, 2017). Nærmere bestemt ønsker jeg å undersøke hvordan guidene etterlever ulike normer om isbjørn som attraksjon i turismen. Studien kartlegger hvordan isbjørnen kommersialiseres og ser på hvilke atferd som foregår med tanke på å oppnå isbjørnopplevelser som en del av turistaktivitetene. Oppgaven tar også for seg hva som påvirker disse handlingene, og hvordan bevissthet og kunnskap om normer kan forbedre atferd blant aktørene i den arktiske viltturismen.

Rapporten bidrar til litteraturen om ikke-konsumerende viltturisme som består av safariaktiviteter i faunaens naturlige leveområde. Det sosiale fenomenet som undersøkes er naturguidenes hensikt om å oppfylle turistenes ønske om å se isbjørn når de er på Svalbard (Ajzen, 1991; Z. Miller, 2017). Dersom det eksisterer en uformell norm om denne atferden, forventes sosiale og personlige forpliktelser til å kontrollere isbjørnsituasjonen i samsvar med den formelle loven, slik at man unngår forventede negative sanksjoner (Heywood & Aas, 1999). Hvis det eksisterer normer for å oppleve isbjørn i turistsammenheng, er det sannsynlig å finne konsensus om hva en ideell isbjørnopplevelse innebærer (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999).

1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål

Studien har følgende problemstilling:

Hvilke uformelle normer eksisterer blant naturguidene på Svalbard når det gjelder bruk av isbjørn som attraksjon i turismen? Hva påvirker disse normene og hvordan bidrar de til bruk og vern av isbjørn i øygruppas reiselivsnæring?

Fire forskningsspørsmål er utarbeidet for å besvare problemstillingen:

- Hvordan kommersialiseres isbjørnen i turismen på Svalbard?
- Hvorfor mener naturguidene at isbjørnen er et viktig symbol i reiselivet?
- Hva er guidenes forståelse naturguidenes forståelse av sårbart naturmiljø og virkningene av egen virksomhet?
- Hvilke uformelle og formelle «isbjørnnormer» eksisterer i turismen på Svalbard og hvordan er forholdet mellom de uformelle og de formelle normene?

2. Teori

2.1 Viltturisme

Møter mellom mennesker og ville dyr

Et av formålene i ikke-konsumerende viltturisme som safariopplevelser, er nære møter med ville dyr (Winter, 2020). Fortrinnet med denne type turisme kan blant annet være bedre helse og læringsaspekt ved opplevelsene når det gjelder artsbiologi, økologiske sammenhenger og forskjellige typer bevaringsarbeid. Samtidig har nisjen evne til å påvirke folks bevissthet, empati og handlinger overfor fauna. Gjennom turistaktivitetene kan mennesker påvirkes til en mer miljøvennlig atferd overfor natur og dyreliv, samt større anerkjennelse av naturens egenverdi (Ballantyne et al., 2011; Curtin & Kragh, 2014; Dybsand & Stensland, 2021; García-Cegarra & Pacheco, 2017; La Manna et al., 2020).

Faktorer som kan føre til bedret atferd overfor dyrelivet er blant annet dyrs innvirkning på mennesker. Menneskers tilknytning til naturen øker samtidig sannsynligheten for bredere politisk engasjement og finansiell støtte til bevaringstiltak (Curtin & Kragh, 2014; Frank & Conover, 2015). I tillegg kan politisk- og forvaltningsmessig støtte bidra til å ivareta naturområder og biomangfold som ellers ikke ville blitt tatt hensyn til. Turismens møte med dyreliv kan også forbedre ryktet til arter som ellers ville bli ignorerte eller ansett som skadedyr (Borges de Lima & Green, 2017). I motsetning til dyreparker, er viltturisme i dyrelivets naturlige leveområde direkte avhengig av at det finnes tilstrekkelig bestander å oppleve. Turismens økonomiske ringvirkninger kan dermed motivere turoperatører og vertssamfunn til å forvalte artsmangfoldet og naturområdet på en bærekraftig måte. Denne synergien regnes gjerne som den største fordelen knyttet til naturbasert reiseliv som viltturisme (Higginbottom & Tribe, 2004). Ved å legge til rette for verdifulle gjesteopplevelser kan turoperatører bidra til å påvirke folks bevissthet, holdninger og atferd i favør for natur, miljø og vilt.

Selv om viltturisme har mange positive sider, vil denne typen aktiviteter også belaste økosystemene, det biologiske mangfoldet og dyrevelferd (Burns, 2017; Manfredo, 2008; Winter, 2020). Turismens negative innvirkning på naturen kommer blant annet av forurensning som klimagassutslipp fra fly, som bidrar til global oppvarming (Miljøstatus, 2020; Reynolds & Braithwaite, 2001). Arealendring som nedbygging og oppstykking av naturområder er to andre

årsaker til at mange naturtyper og arter er utrydningstruet. Dette er noe som blant annet turistinfrastruktur bidrar til, i form av utbygging av overnattingsmuligheter og transporttilbud, samt tilrettelegging og gjennomføring av aktiviteter (Kamfjord, 2019; Miljøstatus, 2020). I tillegg kan menneskelig ferdsel forstyrre dyreliv på en måte som fører til ville dyrs økende toleranse overfor mennesker, noe som kan gi skadelige endringer på deres atferdsmønster. Møter med mennesker kan for eksempel føre til umiddelbar respons som stress og flukt, samt langsiktig effekt på enkeltdyr, artspopulasjoner og dyresamfunn. Det motsatte av forstyrrelser der vilt skremmes er habituering, hvor dyr blir unaturlig tamme og slutter å reagere instinktivt på stimuli (Burns, 2017; Frank & Conover, 2015; Green & Giese, 2004; Manfredo, 2008; Ordiz et al., 2019; Reynolds & Braithwaite, 2001).

Natur og dyreliv er selvregulerende og ofte sårbare ressurser som er avgjørende for turismen, samtidig som de sjelden kan kontrolleres av næringen (Bugge, 2019; Fredman, Wall-Reinius & Lundberg, 2009). Vilkårene for turismen påvirkes i stor grad av forskjellige interessenter og deres verdigrunnlag, samt politiske føringer og regelverk (Fredman et al., 2009; Manfredo, 2008; Winter, 2020). Forvaltningen og turistbransjen står til enhver tid overfor avveininger og kompromiss mellom økonomisk lønnsomhet, opplevelsesproduksjon og kundetilfredshet, og næringens påvirkning på natur, dyreliv og lokalsamfunn (Fredman & Tyrväinen, 2010; Reynolds & Braithwaite, 2001). Ifølge Reynolds og Braithwaite (2001) er gjerne økonomiske mål i fokus da ikke-økonomiske verdier er vanskeligere å måle.

Ulike arter opplever imidlertid ulik grad av popularitet, de har forskjellig sårbarhetsnivå og sannsynligheten for atferdsendring vil variere. På samme måte som utilbørlig forvaltning av viltdestinasjoner er en trussel for dyrevelferd og naturressursenes bærekraft, vil mangel på retningslinjer og standarder kunne redusere kvaliteten i turistopplevelsen og gjestenes sikkerhet (Curtin, 2005; Dou & Day, 2020; Dybsand & Stensland, 2021). For eksempel gjennom feiltolkning av ulike situasjoner, ved å tillate at besøkende kommer for tett på dyrelivet, manglende regulering eller at for mange mennesker tillates i populære, men sårbare områder (Curtin, 2005). Burns (2017) trekker frem dyrelivets mobilitet som en spesiell utfordring. Isbjørn er eksempel på en art som påvirkes fra ulike hold da den beveger seg fritt over administrative grenser (Bugge, 2019; Burns, 2017; Vongraven, 2020). Utfordringer som kan skisseres i denne sammenheng er forskjellige forvaltningsstrategier på ulike steder, kulturelle variasjoner, samt et bredt spekter av holdninger og atferd som følge av ulike syn på dyrelivets

«egenverdi»² (Burns, 2017; Vongraven, 2020). Isbjørnen er for eksempel av estetisk verdi for turister, samtidig som den fangstes av urfolket i enkelte områder (ibid). Interessentene i det naturbaserte reiselivet er involvert på flere nivå og samfunnsområder, noe som gjør vilttursime til et komplekst område når det gjelder planlegging, ledelse og etiske spørsmål (Borges de Lima & Green, 2017; Fredman et al., 2009). Et felles ansvar er imidlertid å sikre økosystemenes og artsmangfoldets interesser, da naturen selv ikke evner å opptre rettslig (Bugge, 2019; Burns, 2017).

Forskning og etiske betraktninger

Det finnes mye forskning på viltturisme (Dou & Day, 2020; Reynolds & Braithwaite, 2001). Ikke-konsumerende viltturisme i dyrelivets naturlige leveområde, har imidlertid fått mindre plass i den akademiske litteraturen enn dyreparksturisme og aktiviteter som jakt og fiske (Burns, 2017; Dou & Day, 2020). Burns (2017) mener at det er behov for større fokus på denne typen viltturisme, blant annet på grunn av et økende globalt press om å besøke avsidesliggende steder med naturlig og sårbar fauna. Isbjørnen er paradoksalt sett en populær turistattraksjon, samtidig som den er et symbol på, og offer for klimaendringer (Lemelin & Dyck, 2008; Miljødirektoratet, 2013). Forskningen domineres av studier på virkningene av turisme, turistenes atferd og forskjellige aspekter av kundetilfredshet, samt opplevelsenes utforming, kvalitet og betydning for deltakerne (Dou & Day, 2020; Reynolds & Braithwaite, 2001).

Studier på viltturisme retter seg ofte mot sårbare naturfenomener og vernede områder, der store dyr synes å få spesiell oppmerksomhet. For eksempel marine dyr som hval og hai, store pattedyr som elefanter og løver og terrestriske dyr som gorilla (Dou & Day, 2020). Nyere forskning ser i større grad på forvaltningsstrategier i ikke-konsumerende viltturisme i dyrelivets naturlige leveområde, og ulike forhold som karakteriserer og påvirker tilbud, etterspørsel og kvalitet i reiselivsproduktet (Reynolds & Braithwaite, 2001). Mengden studier vitner om viltturismens posisjon i et nisjemarked, og et mindre belyst tema er turismens etiske normer overfor dyrelivet (Winter, 2020). Samtidig som spørsmål om dyrevelferd får mer oppmerksomhet, har turistenes forventninger om nærkontakt med dyrelivet blitt påvirket og forsterket av markedsføring og atferdstrender som bildedeling og «selfies» i sosiale medier. Etiske hensyn tilfører dermed nye problemstillinger i viltturismen (Burns, 2017; Dou & Day, 2020; von Essen, Lindsjö & Berg, 2020; Winter, 2020).

² Egenverdi er betyr at naturen og dyrelivet har en verdi «i seg selv» og fungerer som et individuelt mål foruten å nyttiggjøre for andre formål (Bugge, 2019, s. 53).

Bevaringsarbeid har lenge vært viktige tiltak for å rettferdiggjøre vilttursimen (Higginbottom & Tribe, 2004). En sentral forståelse av bærekraftbegrepet (Verdenskommisjonen for miljø og utvikling, 1987) er å sørge for en utvikling som bevarer naturressurser for fremtidige generasjoner. Denne oppfatningen bidrar ifølge Burns (2017) til å forevige det menneskelige fokuset. Winter (2020) argumenterer for at antroposentrisme³ ikke nødvendigvis er skadelig, men hevder at gunstige forhold for ikke-menneskelige arter kun forekommer når de ganger våre interesser. I en tidsalder hvor mennesker er den dominerende arten på kloden, og store deler av jordens biodiversitet svinner hen, fordrer dette at vi mennesker revurderer vårt samspill med naturen og dyrelivet (Bugge, 2019; Burns, 2017). Selv om mange turoperatører gjennomfører bevisste, forebyggende tiltak for å bevare og restaurere naturområder og biodiversitet, antas flere aktører å bidra til forstyrrelser som kan forringe dyrevelferd og i verste fall avskaffe dyreliv. Dette skjer også indirekte, ved at turistaktørene opererer i sårbare naturområder (Higginbottom & Tribe, 2004).

Bugge (2019) antyder at de økologiske utfordringen jorden nå opplever er forårsaket av det vestlige velferdssamfunnets holdning til naturen. Et moralsk skifte vil imidlertid medføre omfattende endringer i det antroposentriske verdisynet som regjerer i dagens samfunn. Dette vil i større grad kreve fokus på etiske tilnærminger i forvaltningen av sårbare arter og destinasjoner som er attraktive ressurser for turismen (Burns, 2017). Ifølge Bugge (2019) kan svake moralske fundament i samfunnsutviklingen tyde på at etiske problemstillinger i offentlige debatter er tvetydige og akademisk preget, noe som hindrer tydelige føringer for politikk og rettsutvikling. Etiske betraktninger står også i fare for å gi informasjon som avviker fra dagens verdigrunnlag og fellesskapspreferanser, og dermed kan moralske hensyn lettere ignoreres av samfunnet. En ny etisk kurs fordrer at vi mennesker anerkjenner naturen og dyrelivets egenverdi. I tillegg må en slik utvikling være global og tverrkulturell. Dette har vist seg utfordrende når moralske hensyn møter motstridende samfunnsmål og interesser (Bugge, 2019; Burns, 2017; Winter, 2020).

En rekke kritikker mot det antroposentriske verdi- og natursynet inspirerte framveksten av miljøetikk som ny filosofisk disiplin på 60- og 70-tallet (Bugge, 2019). Se for eksempel Carson (1962), Ehrlich (1968) og Meadows, Randers & Behrens (1972). Regan (1983) var en annen

³ Antroposentrisk verdisyn verdsetter naturelementer basert på nytteverdien den har for mennesker. Tilnærmingen tillegger egenverdi hovedsakelig til mennesker og menneskets moralske status er overordnet naturen. Nytteverdi er av instrumentell betydning og fungerer som et middel mot ytterligere mål (Bugge, 2019).

viktig stemme som fremmet tanken om dyrs egenverdi og stilte spørsmål til menneskenes moralske forpliktelser overfor naturen. Han satt søkelys på menneskelig atferd i relasjon til dyrelivet. Flere religioner utfordrer samtidig det antroposentriske synet med sine forestillinger om «skaperverket» som noe hellig (Bugge, 2019, s. 55). Dyreetisk ideologi skiller mellom dyrs rettigheter og dyrevelferd (Burns, 2017). Dyrerettighetsperspektivet er tuftet på forestillingen om dyrelivets egenverdi. En tilnærming som utfordrer viltturismens eksistens, da den etiske tilnærmingen taler for like rettigheter, moralske verdier og respekt hos mennesker og dyr (Burns, 2017; Winter, 2020). Dyrevelferdsperspektivet aksepterer menneskelige behov som overordnet dyrelivets, forutsatt at dyrevelferd tas i betraktning og prioriteres i samfunnsutviklingen (Burns, 2017). For å kunne ivareta både fauna og bærekraften i turistvirksomheter som har naturen som sitt ressursgrunnlag, er det derimot avgjørende at nettoeffekten av turismens påvirkning på dyrelivet ikke er negativ (Higginbottom & Tribe, 2004). I tilfellet samfunnet godtar naturens egenverdi, medfører aksepten en moralsk plikt til å hensynta disse ressursene uavhengig nytteverdien, og dermed strebe for å bevare det globale biologiske mangfoldet (Bugge, 2019).

Selv om tanker om naturens egenverdi eksisterer, kommer denne oppfatningen generelt sett svakt til syne i det rettslige vernet, til tross for anerkjennelse på både nasjonalt og internasjonalt nivå (ibid). Se for eksempel dyrevelferdsloven (2009), naturmangfoldloven (2009), og svalbardmiljøloven (2001). I internasjonal sammenheng trådte for eksempel konvensjonen som regulerer handel med ville dyr og planter i kraft allerede i 1975 (CITES, u.å.). Et annet eksempel er Isbjørnavtalen som trådte i kraft i 1973 (The Polar Bear Range States, u.å.). Denne konvensjonen omhandler bevaring av isbjørnens leveområder og -miljø i de fem arktiske statene: Canada, Grønland, Norge, USA og Russland (ibid). Burns (2017) argumenterer for å øke oppmerksomhet på skjæringspunktet mellom turisme og dyreliv, og taler for større grad av ansvarliggjøring i viltturismen. For eksempel hvordan man behandler og oppfører seg overfor dyr og deres leveområder. I dagens samfunn ser man behov for nye tilnærminger og forvaltningsstrategier som i større grad er basert på tverrfaglig samarbeid og multidisiplinær forskning (Lemelin & Dyck, 2008).

2.2 Normer

Normer kan forklares som formelle og uformelle regler og forventninger om atferd i et sosialt miljø. Formelle normer er de skrevne reglene i lovverket (Bugge, 2019). Uformelle normer er uskrevne regler som styrer folks handlinger i bestemte sammenhenger (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). Kunnskap om uformelle normer gir informasjon om sosiale og personlige forhold som påvirker enkeltpersoners oppførsel (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999; Manfredo, 2008). Forskning på uformelle normer er betydningsfullt i relasjon til miljø, friluftsliv og naturbasert reiseliv, da mange problemstillinger er forårsaket av menneskelig atferd (Bugge, 2019; Heywood & Aas, 1999).

Uformelle normer betegnes gjerne som deskriptiv eller internalisert. Deskriptive normer er synlig i form av alminnelig oppførsel i sosiale og offentlige sammenhenger (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Manfredo, 2008; Z. Miller, 2017). Disse normene er spesielt relevant i situasjoner hvor en person er usikker på hva som er sosialt akseptert atferd. Ved å følge med på andres handlinger danner personen seg en forståelse av normen og kan handle deretter (Manfredo, 2008). Internaliserte normer består av en persons oppfatning om hva som er akseptert og ikke-akseptert atferd i et bestemt sosialt miljø. Normene fører også til forventninger om sanksjoner som straffer feil og belønner rett oppførsel (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008).

Forhold som fremmer (rett) atferd

For å kunne forstå sammenhengen mellom adferd og de sosiale og personlige forholdene som påvirker atferd, fordres kjennskap til de normative begrepene forpliktelse, personlig ansvarsfølelse og sanksjon (Heywood & Aas, 1999). Forpliktelser kan være av foreskrivende art, der de fungerer som rettleidere til hvordan man skal oppføre seg. For eksempel skal man alltid opptre forsiktig og respektfullt overfor isbjørn. I motsatt tilfelle forteller normene hva som er feil oppførsel (ibid). For eksempel vil mange mene at man aldri skal kjøre målrettet etter isbjørn med båt eller snøscooter for å få bedre bilder. Personlig ansvarsfølelse innebærer en individuell, moralsk forpliktelse i forbindelse med en bestemt atferd, og betegnes heretter som personlige normer (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008).

Personlige normer er situasjonsavhengig og betinget til en persons verdigrunnlag og samvittighet overfor andre (Manfredo, 2008). Formelle normer påvirker gjerne vår oppfatning

om hva som er etisk rett og galt, samtidig som moralske hensyn som regel danner grunnlaget for de formelle normene (Bugge, 2019). Personlige normer kan både samsvare og stride imot de sosiale normene, avhengig av hvorvidt den sosiale normen er tilknyttet gruppen man tilhører eller som man (ønsker å) identifiserer seg med, eller ikke (Manfredo, 2008). En person vil imidlertid alltid vekte sosialt press opp mot personlige normer før den gjennomfører en handling (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). I følge Heberlein (2012) kan normer utvikles og internaliseres over tid. Han foreslår at normendring stimuleres av (1) kognitive tiltak som påvirker folks bevissthet, for eksempel gjennom utdanning og informasjonsarbeid, noe som kan bidra til økt aksept for negative konsekvenser av egen adferd. (2) Strukturelle tiltak som medfører en situasjon hvor folk blir nødt til å akseptere ansvar. Et eksempel fra Svalbard er et forbud mot motorisert ferdsel på sjøis. (3) Med tiden vil en persons erfaringsgrunnlag og konsekvensforståelse øke. Heberlein (2012) hevder at strukturelle tiltak ikke vil påvirke atferd når eller dersom de fjernes, og kognitive tiltak over tid vil dermed være viktig med tanke på utvikling av normer (ibid).

Sanksjoner kan være ekstern og intern, formell og uformell, positiv og negativ. Brudd på formelle normer medfører eksterne formelle sanksjoner fra normens myndighet (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999). For eksempel fysisk fengselsstraff eller tap av våpenløyve, og skriftlig straff i form av fartsbot, overtredelsesgebyr eller andre merknader på rullebladet. Sosiale sanksjoner oppstår når en gruppe mennesker responderer på en bestemt adferd i et sosialt miljø. Brudd på sosiale normer medfører eksterne uformelle sanksjoner. Negative sanksjoner kan være et ubehagelig blikk eller muntlig irettesettelse (ibid). Positive sanksjoner er for eksempel anerkjennelse og aksept fra andre (Heberlein, 2012). De sosiale sanksjonene er uskrevne og forekommer gjerne i muntlig form eller kroppsspråk. Eksterne (formelle og uformelle) sanksjoner kan dermed omtales som straff eller belønning administrert av andre (Heywood & Aas, 1999). Sanksjoner er spesielt effektivt med tanke på å styre atferd, da folk søker sosial anerkjennelse og er dermed motivert til å følge normen for å unngå «straff» (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999; Manfredo, 2008).

Sosiale normer kan være tradisjonsorientert eller målrettet. Tradisjonsorienterte normer er tuftet på sedvane og oppstår på grunn av regelmessig atferd over lang tid. Tradisjoner og ritualer er eksempel på denne type normer, som også kjennetegnes av en sterk fellesskapsfølelse (Manfredo, 2008). Målrettede normer er atferd som gir bestemte fordeler. For eksempel kan en turistaktør oppsøke isbjørn fordi handlingen gir fornøyde gjester og gode tilbakemeldinger på

turen, kanskje også mer i betaling. Tilfredse gjester forstås som lønnsomt for bedriften, noe som medfører at handlemåten gjentas og blir en forventet atferd. Dersom forventningene brytes vil avviket medføre sosiale sanksjoner (ibid).

Interne sanksjoner er tilsynelatende sterkere enn eksterne sanksjoner, og de forekommer når den personlige normen brytes (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999). Interne sanksjoner påvirkes av en persons oppfatning om egen oppførsel samsvarer eller avviker fra sosial standard (Heywood & Aas, 1999). Selvsanksjonering kan være negativ i form av skyldfølelse, angst og lav selvtillit, samt følelser som dumhet, skyldighet og nervøsitet. Negative følelser oppstår gjerne i situasjoner hvor man ikke har oversikt. Positiv selvsanksjonering forekommer for eksempel som trygghetsfølelse og forbedret selvtillit, stolthet og følelsen av å være flink (ibid).

Oppsummert kan normer forklares som regler for alminnelig og akseptert atferd i bestemte sosiale og offentlige sammenhenger. Interne sanksjoner avhenger en persons oppfatning om egen handlemåte samsvarer eller strider imot normen, «rett» eller «gal» oppførsel. Personen forventer i tillegg mulige uformelle eller formelle sanksjoner dersom normen brytes (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999).

2.3 «Theory of planned behaviour»

Teorien om planlagt atferd (TPB) er et mye brukt rammeverk i forskning på menneskelig atferd (Manfredo, 2008; Z. Miller, 2017). Et fellestrekk i studier som benytter TPB er ofte ønsket om å forstå «hvorfor mennesker tenker og oppfører seg» på bestemte måter (Z. Miller, 2017, s. 584). TPB foreslår at en persons atferd kan forklares ut fra holdninger, subjektive normer og atferdskontroll (Ajzen, 1991; Manfredo, 2008). For å forstå årsaken til komponentenes påvirkning på en bestemt atferd, viser TPB til individuelle oppfatninger tilknyttet hver enkelt forklaringsfaktor (Ajzen, 1991).

Oppfatning om atferd og holdninger

En persons oppfatning om en gitt atferd avhenger dens forståelse av positive og negative konsekvenser ved «å utføre eller ikke utføre en handling» (Z. Miller, 2017, s. 584). Instrumentell oppfatning innebærer personens tolkning av ulemper og fordeler som handlingen gir. Affektiv oppfatning kan forklares som personens visshet om positive og negative følelser

avledet av handlingen (Ajzen, 1991). For eksempel kan en person forstå at oppsøkende atferd overfor isbjørn kan gi negativ innvirkning på dyrelivet, men det er likevel en hyggelig opplevelse å se isbjørn. Holdninger kan beskrives som personens samlede vurdering av de positive og negative aspektene ved et bestemt objekt eller en atferd (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Z. Miller, 2017). Personen kan for eksempel evaluere ferdselsforbud på sjøis som et samlet sett positivt forvaltningstiltak for å hindre at folk oppsøker og forstyrrer isbjørn (anses positivt), selv om dette medfører at personens muligheter for å se isbjørn begrenses (anses som negativt men av mindre betydning enn de positive). Oppsummert betyr holdningsdelen av TPB at en person gjerne favoriserer atferd som den tror gir positive konsekvenser. I motsetning vil handlemåter som gir en overvekt av uønskede konsekvenser resultere i negativ holdning (Ajzen, 1991).

Oppfatning om subjektive normer

Oppfatning av normer består av en persons forventning om andres godkjenning eller kritikk ved å utføre en bestemt atferd, altså en opplevelse av sosialt press (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Z. Miller, 2017). Oppfatningene innebærer antakelser om hvorvidt personer man vil identifisere seg med også oppfører seg på tilsvarende måte. Ønsket om sosial aksept og bevissthet om konsekvenser ved uønsket atferd påvirker personens oppfatning om normer (ibid). Subjektive normer er assosiert med utførelsen av en rolle som er retningsgivende for hvordan man skal oppføre seg i et gitt sosialt miljø (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012). For å påvirke atferd må normen være «fokuset» (Heberlein, 2012, s. 97; Manfredo, 2008, s. 122-123). Rolleforståelse er for eksempel en faktor som fokuserer normen (Heberlein, 2012).

Manuset som følger med å være guide på Svalbard vil innebære en rekke handlinger som guiden må vurdere når rollen utføres, og det er personlige og sosiale forventninger knyttet til hvordan ulike handlinger skal utføres. Dersom en guide for eksempel ønsker å oppsøke sjøisen for å vise frem isbjørn til sine gjester, kan guidens forventning om aksept eller kritikk fra andre i guidemiljøet og i turistgruppen påvirke om han eller hun drar ut på sjøisen eller ikke. Fokusering av normen kan derimot forhindres dersom forventningene er fraværende, eller føringene for guiderollen er tvetydige eller mangelfull. For eksempel har en turistgruppe ingen forventninger om å se isbjørn. Normen fokuseres ikke og gruppen får andre naturopplevelser. På en annen side kan en oppdragsgiver ha uklare retningslinjer for hva som er akseptert oppførsel når dens turistgrupper møter på isbjørn, eller observerer bjørnen på avstand, og dermed må guiden selv avgjøre hva som er riktig handling. I dette tilfellet kan guiden lettere

imøtekomme forventninger og sosialt press om å oppsøke isbjørn. Ufokuserte normer øker sannsynligheten for normbrudd og uønsket atferd definert av det sosiale miljøet. En norm kan i tillegg deaktiveres dersom en person fraskriver seg ansvar for atferden, for eksempel ansvaret for at isbjørnen fremstilles som en attraksjon i turismen (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012).

Oppfatning om atferdskontroll

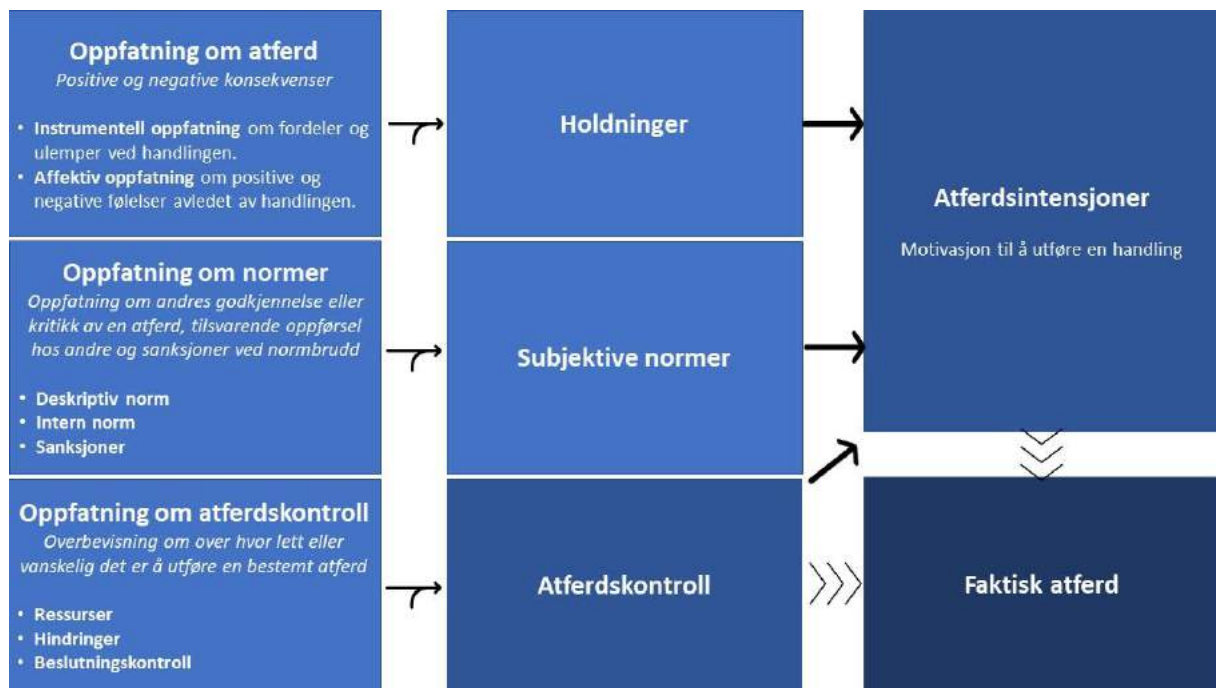
Oppfatning om atferdskontroll påvirkes av en persons interne evaluering av hvorvidt han eller hun evner å utføre en bestemt handling (Z. Miller, 2017). Oppfatningen stimuleres blant annet av personens selvtillit og tilstedeværelse eller fravær av nødvendige ressurser og muligheter for å gjennomføre den aktuelle atferden. Slike forutsetninger kan for eksempel være «tid, penger, egne ferdigheter og samarbeid med andre» (Ajzen, 1991, s. 182). En persons oppfatning om atferdskontroll øker i takt med tilgang på ressurser og muligheter for å utføre handlingen. I motsatt tilfelle vil hindringer og fravær av ressurser redusere personen oppfatning om gjennomføringsevne. Atferdskontroll er dermed personens samlede vurdering om hvor lett eller vanskelig det er å utføre en bestemt handling. Denne opplevelsen bygger på tidligere erfaringer med atferden, informasjon fra andre og forventede hindringer for å utføre handlingen (Ajzen, 1991). En person kan for eksempel ønske å kjøre snøscooter på sjøisen for å se etter isbjørn. Personen mangler imidlertid kompetanse om isbjørn og håndtering av skremmemidler, og oppfatter derfor ikke muligheten til å kjøre på sjøisen for å se etter isbjørn som realistisk.

Atferdskontroll påvirker en persons hensikt om å utføre en handling (atferdsintensjon), samtidig som atferdskontroll også direkte påvirker faktisk atferd. Faktisk atferd avhenger både en persons atferdsintensjon (motivasjon) og atferdskontroll (evne) til å gjennomføre en handling. I motsetning til holdninger som er generelle og usynlige, er de sosiale normene spesifikke og synlige i form av faktisk atferd (Heberlein, 2012). Holdninger anses individuelt sett som usikre forklaringskilder til faktisk atferd i bestemte situasjoner, fordi holdningene modifiseres av subjektive normer og atferdskontroll (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012). En guide kan for eksempel være imot å oppsøke isbjørn (holdning). Dersom man på slutten av en tur ikke har sett isbjørn og andres høye forventninger fører til et sosialt press om å se isbjørn (subjektiv norm), kan dette medføre at guiden, i kombinasjon med vissheten om hvor isbjørnen befinner seg (atferdskontroll), likevel drar til stedet hvor isbjørnen er (faktisk atferd). Holdninger og personlige normer kan likevel hindre etterlevelser av en sosial norm, dersom de er annerledes enn den sosiale normen og har tilstrekkelig styrke (Heberlein, 2012). Guiden kan for eksempel

ignorere de høye forventningene og det sosiale presset om å se isbjørn, og avslutte turen selv om turistgruppen ikke har sett isbjørn.

TPB en foreslår at jo gunstigere holdning og tilstedeværelse av subjektive normer som støtter opp om atferden, og jo større den oppfattede atferdskontrollen er, desto sterkere er en persons atferdsintensjon og sannsynlighet for å utføre en bestemt atferd øker. Selv om modellen har vist seg å kunne forutsi faktisk atferd, er forholdet mellom komponentene i modellen metodikken omdiskutert (Ajzen, 1991; Manfredo, 2008; Z. Miller, 2017). Behandling av holdninger og subjektive normer som separate påvirkningsfaktorer trekkes frem som en svakhet i modellen (Manfredo, 2008; Z. Miller, 2017). For eksempel viser holdninger seg ofte som en mer troverdig påvirkningsfaktor enn subjektive normer og modellen har gjerne større fokus på internaliserte normer fremfor effekten av deskriptive normer (ibid). I tillegg etterlyses flere studier som prøver sammenhengen mellom atferdsintensjoner og faktisk atferd (Z. Miller, 2017).

TPB er imidlertid et populært rammeverket i flere sammenhenger, da modellen karakteriseres som forståelig og «fleksibelt» (Z. Miller, 2017, s. 284). Teorien kan tilpasses ulike atferder samt at den åpner for flere og nye påvirkningsfaktorer (Ajzen, 1991). Rammeverket ansees for eksempel som egnet i forvaltningsøyemed, da den fungerer som en brobygger og som et felles språk mellom samfunnsvitenskapelig og naturvitenskapelig forskning. For å svare på problemstillingen i denne oppgaven har jeg i tillegg til TPB tatt utgangspunkt i annen litteratur om normer som gir utvidet forståelse av uformelle normer og holdninger. For eksempel Heberlein (2012) som tar for seg hvordan holdninger og normer fungerer sammen, hva som unnlater å påvirke atferd, hvordan strukturelle tiltak som lovverk virker inn, samt hvordan holdninger og normer utvikler seg. Manfredo (2008) bringer på bane rammeverk som beskriver hvordan normer aktiveres, og hvordan de relaterer seg til sosiale miljø og grupper som en person identifiserer seg med. TPB har i dette prosjektet fungert godt som et overordnet rammeverk for å kartlegge og systematisere forhold som kan forklare årsaken til holdninger, subjektive normer og opplevd atferdskontroll.



Figur 1: «Theory of planned behavior» (Ajzen, 1985), illustrert basert på Miller (2017).

3. Områdebeskrivelse

Svalbard er en arktisk øygruppe i Nordishavet, lokalisert mellom Norge og Nordpolen (Overrein, Henriksen, Johansen & Prestvold, 2015). Området er underlagt norsk suverenitet og myndighetsutøvelse. Frem til i dag har tre næringer dominert på Svalbard; gruvedrift, forskning og turisme (MIMIR & Visit Svalbard, 2015). Fellesnevner er naturverdiene som primærressurs for virksomhetene. Turismen var den næringen på Svalbard som i 2019 hadde flest antall årsverk (Statistisk sentralbyrå, 2020), og den er et viktig fremtidig satsingsområde på øygruppa (Meld. St. 22 (2008-2009); Meld. St. 32 (2015–2016)). Etter 100 år med kulldrift går næringslivet på Svalbard mot en ny æra, og turismen gir muligheter til et lokalsamfunn som nå mister gruvedriften som sin hjørnestensnæring (Lemelin & Dyck, 2008; MIMIR & Visit Svalbard, 2015). I takt med en grønn omstilling står forvaltningen overfor en viktig og kompleks oppgave med å forvalte en av verdens siste villmarker på en bærekraftig måte. 65,7% av naturområdene på Svalbard er vernet i form av nasjonalparker, natur- og fuglereservater, kulturminneområder og et geotopvernområde (Statistisk sentralbyrå, 2020; Sysselmannen på Svalbard, 2021). Til tross for det utfordrende klima har en rekke dyr og plantearter tilpasset seg leveforholdene på Svalbard (Overrein et al., 2015).

Turismen på Svalbard

Økt kapasitet og et mer overkommelig prisbilde har åpnet for at flere har mulighet til å besøke Svalbard. Turistnæringen har opplevd betydelig vekst de siste tiårene, med en fordobling i antall årsverk og gjestedøgn (MOSJ, u.å.; Statistisk sentralbyrå, 2020). Veksten kommer til syne både i form av antall turister og turoperatører (Ikonen & Sokolíčková, 2020). Reiselivsbransjen består av en rekke aktører i et naturområde som skiller seg fra andre destinasjoner med hensyn til infrastruktur, klima, sårbar natur og dyreliv. Infrastrukturen som er tilrettelagt for turismen består av lufthavn, havnevesen, moderne overnattingssteder og attraksjoner som museum, galleri og butikker (Lemelin & Dyck, 2008). Trekkplaster for tilreisende er natur- og dyrelivsopplevelser, landskapet og lysfenomener (Visit Svalbard, u.å.).

Isbjørnturisme

Svalbard regnes som ett av fem internasjonale reisemål for isbjørnturisme, til tross for at forvaltningspolitikken ikke taler for isbjørnturisme spesielt (Lemelin & Dyck, 2008). Isbjørnen finnes sirkumpolart ved havisen i USA (Alaska), Canada, Grønland, Norge (Svalbard) og

Russland (Polar Bears International, u. å.). Arten er fredet etter svalbardmiljøloven (2001, § 25), samt at den er oppført som «sårbar» på Den internasjonale naturvernunionens (IUCN) rødliste over truede arter (Wiig et al., 2015). I 1973 undertegnet de arktiske nasjonene Avtalen om vern av isbjørn, Isbjørnavtalen, med formål om å beskytte artens leveområder og livsmiljø gjennom en felles handlingsplan (Miljødirektoratet, 2020). Gjennom konvensjonen anerkjenner de arktiske landene sitt spesielle ansvar for å beskytte isbjørnens status i sine regioner (The Polar Bear Range States, u.å.).

Selv om interesseorganisasjonen Visit Svalbard (u.å.) hevder det ikke eksisterer «isbjørnsafari», arrangeres en rekke turistaktiviteter i isbjørnens naturlige leveområde. For eksempel snøscooterturer, båtturer, hundekjøring, skiekspedisjoner og vandreturer. Turiståret deles inn i tre sesonger; polarsommer, nordlysvinter og solvinter, som til sammen gjør Svalbard til en helårsdestinasjon (ibid). Isfjordområdet hvor Longyearbyen ligger, opplever midnattssol fra 19. april til 21. august og fravær av dagslys i perioden 26. oktober til 15. februar (Time and Date AS, 2020). Under polarsommeren, 17. mai til 30. september, foregår ferdsel i naturen i stor grad med båt og til fots, mens solvinteren, 1. mars til 16. mai, domineres av snøscooterturer og andre vinterekspedisjoner. Gjennom nordlysvinteren, 1. oktober – 28. februar, er det begrenset ferdsel. I denne perioden hviler dyrelivet og turistaktivitetene foregår i nærheten av Longyearbyen (Visit Svalbard, u.å.).

Ferdsel på Svalbard

Svalbardmiljøloven (2001) er det overordnede miljøregelverket som enhver som ferdes i svalbardnaturen må følge. Loven setter rammer i form av bestemmelser som har til formål å beskytte Svalbards flora, fauna, kulturminner og naturmiljø (svalbardmiljøloven, 2001, § 1). Samtidig som øygruppa er omfattet av et strengt regelverk, gjelder allmennhetens rett til ferdsel i naturen (svalbardmiljøloven, 2001, § 73). Forvaltningsstrategien stiller spesielle krav til den som skal ferdes utenfor bosetningene. Alle som opplever destinasjonen på egenhånd eller som arrangerer og utfører aktivitet på vegne av andre, er omfattet av melde- og rapporteringsplikter til Sysselmannen. Enhver som ikke er del av et guidet turfølge er pliktig til å gjøre seg kjent med og overholde gjeldende lover, forskrifter og andre regler med formål om å ivareta naturmiljøet, kulturminner og menneske- og dyreliv (svalbardmiljøloven, 2001, §§ 5 og 73; Sysselmannen på Svalbard, u.å.).

Sentrale bestemmelser for ferdsel er også nedfelt i forskrift om turisme, feltopplegg og annen reisevirksomhet på Svalbard (1991). Her stilles krav til turoperatørene om «tilstrekkelig og relevant kunnskap, kompetanse og erfaring tilpasset det enkelte felt- eller turopplegg» (forskrift om turisme mv. på Svalbard, 1991, § 6). Kompetansekravet omfatter blant annet kunnskap om lover og regler, sikkerhet, og lokale natur- og miljøforhold. Turoperatøren stilles ansvarlig for at «alle som utfører arbeid i virksomheten eller deltar aktiviteten som virksomheten er ansvarlig for, er kjent med og overholder reglene i forskriften her og reglene gitt i eller i medhold av Svalbardmiljøloven» (forskrift om turisme mv. på Svalbard, 1991, § 5). I tillegg rettes flere forskrifter mot spesielle sammenhenger og områder, og aktørene må også forholde seg til regelverk håndhevet av sentrale forvaltningsmyndigheter som Arbeidstilsynet og Sjøfartsdirektoratet (Sysselmannen på Svalbard, u.å.). Det strenge regelverket, i kombinasjon med isbjørnfare og ugjestmilde klima- og naturforhold, gjør det svært krevende å reise rundt på Svalbard. Destinasjonen stiller betraktelig høyere krav til kompetanse, sammenlignet med forholdene for friluftsliv på fastlandet i Norge (Vold, 2014). På grunn av de farlige situasjonene som kan oppstå, er bruk av profesjonelle guider svært utbredt.

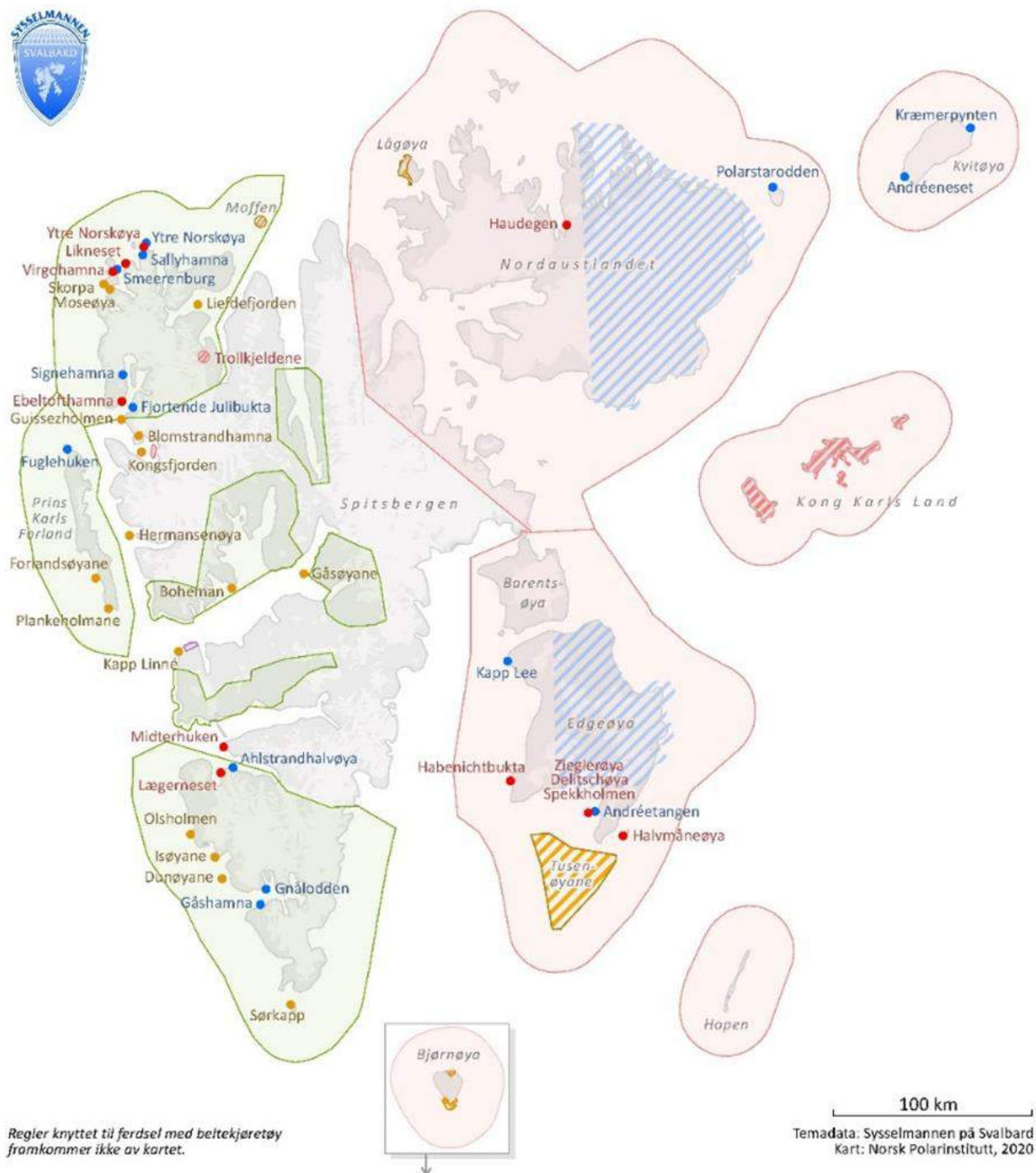
Svalbardmiljølovens bestemmelser om dyreliv og isbjørn på Svalbard

I medhold av svalbardmiljøloven (2001) er isbjørnen fredet på Svalbard: «All flora og fauna med egg, reir og bo er fredet om ikke annet er fastsatt med hjemmel i denne lov» (§ 25). Faunafredning innebærer blant annet forbud om å «lokke til seg, forfølge eller ved annen aktiv handling oppsøke isbjørn slik at den blir forstyrret eller det kan oppstå fare for mennesker eller isbjørn» (svalbardmiljøloven, 2001, § 30).

I tillegg formulerer svalbardmiljøloven (2001, § 30a) spesielle krav mot personlig sikring mot isbjørn. Loven gir «rett til avliving for å beskytte person eller eiendom» (§ 33) og rett til «avliving etter særskilt tillatelse» dersom enkeltdyr «tar opphold ved faste eller midlertidige bosettinger, og som medfører fare for skade på person eller betydelig materiell skade» (§ 34). Som et forebyggende tiltak for trygg og ansvarlig ferdsel på Svalbard har Norsk Polarinstitut (2019) utarbeidet en brosjyre titulert «Ferdse og dyreliv på Svalbard: en veileder i møte med Svalbards natur». Dette informasjonsmateriellet har en naturfaglig forankring og formidles blant annet via Sysselmannen sine nettsider for ferdsel på Svalbard. Formålet med veilederen er å gi råd om atferd i møte med pattedyr og fuglearter, «for å begrense forstyrrelser på dyrelivet og samtidig ivareta hensynet til egen sikkerhet» (Norsk Polarinstitut, 2019, s. 5).

Håndheving og formelle sanksjoner

Ved brudd på paragrafer i svalbardmiljøloven (2001) sanksjoneres vedkommende person eller virksomhet med tiltak som krav om gjenoppretting, erstatning, tvangsmulkt, overtredelsesgebyr samt straff i form av bøter og/ eller fengsel (§ 93; § 95-96a; § 99). I henhold til forskrift om turisme mv. på Svalbard (1991) skal «den som forsettlig eller uaktsomt overtrer denne forskrift eller forbud eller pålegg gitt i medhold av den, straffes med bøter eller fengsel i inntil ett år. Medvirkning straffes på samme måte» (§ 14). Forvaltningen kan også selv iverksette nødvendige tiltak for å sikre at en vedkommendes plikt i henhold til svalbardmiljølovens bestemmelser overholdes (§ 97), samt at «Kongen kan gi utfyllende forskrifter til gjennomføring av loven» (svalbardmiljøloven, 2001, § 100). Det kommer også frem av lov at Sysselmannen skal drive forebyggende informasjonsarbeid «gjennom råd, veiledning og opplysning arbeide for å fremme formålet med loven her» (svalbardmiljøloven, 2001, § 87).



Ferdselsreguleringer på Svalbard

- Ferdselsforbud ved kulturminner (1, 6, 7)
- Krav om stedsspesifikke retningslinjer for reisearrangører (1)
- Naturreservat for fugl – ferdselsforbud 15.5.–15.8. (1)
- ▨ Helårlig ferdselsforbud, Kong Karls Land og Trollkjeldene (1)
- ▨ Ferdselsforbud deler av året (1, 3)
- ▨ Sone A, melde- og rapporteringsplikt (1)
- ▨ Nasjonalpark (1, 8, 9, 10, 11)
- ▨ Naturreservat (1, 2, 3, 4, 5)
- ▨ Geotopvernområde (12)

Gjeldende lov og forskrifter i områdene:

- 1) Forskrift om nasjonalparkene og naturreservatene på Svalbard
- 2) Forskrift om fredning av Bjørnøya naturreservat
- 3) Forskrift om fredning av Moffen naturreservat
- 4) Forskrift om fredning av Hopen naturreservat
- 5) Forskrift om Ossian Sars naturreservat
- 6) Forskrift om fredning av Virgohamna
- 7) Forskrift om ferdselsforbud ved Midterhuken
- 8) Forskrift om Sassen-Bunsow Land nasjonalpark
- 9) Forskrift om Nordenskiöld Land nasjonalpark
- 10) Forskrift om Indre Wijdefjorden nasjonalpark
- 11) Forskrift om Nordre Isfjorden nasjonalpark
- 12) Forskrift om Festningen geotopvernområde

Figur 2: Temakart Sysselmannen på Svalbard (2021).

4. Metode

4.1 Metodevalg

Gjennom forskning undersøkes ulike problemstillinger på en systematisk måte, slik at hensiktsmessige beslutninger kan fattes basert på relevant informasjon og kunnskap (Merriam & Tisdell, 2016). Litteraturen skiller mellom kvalitativ og kvantitativ forskningsmetode. Metodevalg i denne studien er kvalitativ tilnærming da formålet med problemstillingen er å forstå hvordan menneskelig atferd kan forutsies og påvirkes. Gjennomføring av en små-skala studie med et mindre utvalg informanter egner seg for å oppnå en inngående og helhetlig forståelse av sosiale og personlige forhold som er vanskelig å måle og tallfeste (Brunt, Horner & Semley, 2017; Merriam & Tisdell, 2016). Kvalitativ metode åpner for å utforske ulike informanters perspektiv på temaet, ved å studere hvordan de oppfatter sosiale forhold og konstruerer virkeligheten gjennom å tilskrive betydning til levde erfaringer (Merriam & Tisdell, 2016). Kvantitativ metode egner seg derimot når formålet med studien er ment til å undersøke målbare problemstillinger som retter seg mot et stort utvalg informanter (Brunt et al., 2017; Merriam & Tisdell, 2016). Kvalitativ tilnærming med åpne spørsmål gir rom for inngående beskrivelser og datamateriale bestående av ord. Metoden muliggjør en grunnleggende forståelse av hvorfor naturguidene som viktige aktører i viltturismen på Svalbard tenker og oppfører seg på bestemte måter (Heyink & Tymstra, 1993; Merriam & Tisdell, 2016). I følge Heberlein (2012) er uformelle normer et unikt konsept i sosialpsykologiens verktøykasse når det gjelder å forstå menneskers handlinger. Ved å undersøke uformelle normer gjennom kvalitativ metode kan studien belyse grunnleggende elementer relatert til atferd (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Z. Miller, 2017).

4.2 Forskningsdesign

Studien er utformet som et casestudie. Et casestudie kan ifølge Brunt et al. (2017) defineres som «en konsentrert undersøkelse av et individ eller et mindre antall tilfeller» (s. 43) og betraktes dermed som motsetningen til kvantitative spørreundersøkelser (Heyink & Tymstra, 1993). Et casestudie avgrenser den utvalgte analyseenhet på bakgrunn av enhetens kjennetegn som eksempelvis beliggenhet eller et bestemt sosialt miljø. Samtidig er det et øvre tak på hvor mange som kan intervjues og en tidsramme for observasjoner (Merriam & Tisdell, 2016). På

Svalbard kan slike avgrensninger for eksempel være en turistsesongs tidsramme, antall reiselivsaktører som opererer på destinasjonen eller innenfor en tidsramme. I denne studien studeres en bestemt atferd fra et bestemt perspektiv. Ved å ha et avgrenset fokus kan man gå i dybden og gi en inngående beskrivelse av caset som undersøkes (J.V. Haukeland, personlig kommunikasjon, 11. februar 2020).

4.3 Datainnsamling

I kvalitativ metode er forskeren selv datainnsamlingsinstrumentet (Merriam & Tisdell, 2016). Data samles inn ved hjelp av teknikker som dybdeintervju, fokusgrupper, observasjoner, og dokumentstudier eller en kombinasjon av disse (Brunt et al., 2017; Merriam & Tisdell, 2016). Personlige, semistrukturerte, en-til-en intervju er valgt som egnet datainnsamlingsteknikk for denne oppgaven (Brunt et al., 2017). Teknikken er valgt som primær datainnsamlingsmetode fordi den muliggjør konkrete, innholdsrike og nyanserte redegjørelser av informantenes opplevelser. Datamaterialet kan bidra til å besvare oppgavens problemstilling da personlige erfaringer, betraktninger og følelser kan virke inn på forhold av betydning for normer, eksempelvis holdninger og atferd (Brunt et al., 2017; Wilson, Nielsen & Buultjens, 2009). Tilgang til denne informasjonen er til sammenligning ikke tilgjengelig i form av observasjonsstudier, da en slik metode vil indikere atferd uten å forklare de situasjonsspesifikke elementene som ligger til grunn for handlingen. En observert atferd kan av ulike årsaker avvike fra grunnleggende holdning og intensjoner (Heberlein, 2012).

Personlige intervju forhindrer effekten av sosial påvirkning som kan oppstå i en fokusgruppe (Brunt et al., 2017). Intervjuet tillater informantene å snakke fritt og diskutere sine erfaringer og meninger i detalj. Spørsmålsguiden består av en rekke åpne spørsmål som har til hensikt å belyse oppgavens formål. Spørsmålsformuleringene tillater informantene å bringe egne tema på bane, samtidig som de planlagte spørsmålene bidrar til å holde tematisk fokus gjennom samtalen. Intervjumetodens fleksibilitet gir meg som forsker anledning til å stille oppfølgingsspørsmål og tilpasse formuleringer innen tematikkens rammer, samt oppklare eventuelle misforståelser fortløpende. Semi-strukturerte intervju sikrer dermed at informasjonen fra ulike informanter er sammenlignbar og besvarer forskningsspørsmålene, samtidig som utformingen gir en viss fleksibilitet (Brunt et al., 2017; Heyink & Tymstra, 1993; Merriam & Tisdell, 2016). Et fortrinn med en-til-en intervju er mulighet for å tilpasse

gjennomføring av intervjuet til informantenes ledige tid. I motsetning vil fokusgrupper kreve større grad av organisering og nøkkelpersoner har ikke nødvendigvis anledning til å delta. I tillegg vurderte jeg individuelle intervju som gunstig teknikk da jeg ved behov kan innhente ytterligere materiale gjennom nye eller oppfølgende intervju (Brunt et al., 2017).

Datainnsamling gjennom intervju gir meg anledning til å innhente rik informasjon med lite ressurser og begrenset tidsramme. Teknikken er dermed egnet med tanke på masteroppgavens varighet på et semester. Datainnsamlingen ble hovedsakelig gjennomført på Svalbard i juli og august 2020, da jeg oppholdt meg på destinasjonen i forbindelse med et sommervikariat. Ved å ta fatt på datainnsamling på et tidlig tidspunkt fikk jeg anledning til å kjenne på atmosfæren som eksisterer i Longyearbyen etter utbruddet av COVID-19. Dersom det skulle vises seg utfordrende å opprette samarbeid med representanter fra turismen ville jeg enda ha tid til å endre opplegg for metode og datainnsamling. Reiselivet får regelmessig forespørsler fra studenter som ønsker å undersøke ulike problemstillinger. Av ulike grunner som eksempelvis manglende kapasitet, kan man risikere å ikke komme helt til kjernen av foretrukne informanter. Jeg har imidlertid opplevd god respons hos de forespurte informantene, noe som kan bero på felles nettverk og svalbarderfaring, samt deres motivasjon og interesse for forskningstema.

4.4 Informanter

Prøvetakingstrategien består av intervju med 10 informanter hvor seks representerer et variert utvalg naturguider, tre representerer bro-organisasjoner som interesseorganisasjon, destinasjonsselskap og sertifiserings-/ utdanningsinstitusjon, samt at en representerer Sysselmannsembetet. Når man undersøker et fagområde og har intervjuet syv til åtte personer i en relativt homogen gruppe, forventes en form for metning av informasjon (J.V. Haukeland, personlig kommunikasjon, 11. februar 2020). I tillegg bør man ta høyde for at noen intervjuobjekter kan falle i fra. Utvalget av nøkkelinformanter i denne studien er rekruttert ut fra egnethet (ibid). Informantene er vurdert med hensikt om å kunne belyse flere forhold knyttet til atferd og medvirkende prosesser i turismens handlemåte overfor isbjørn. Ettersom guidene er de som fysisk tar med seg turistene ut i naturen, er det naturlig at hovedtyngden av informantene besitter guideperspektivet.

Informantene er valgt ut basert på deres bakgrunn, rolle og fartstid på Svalbard. Utvalget har jevn kjønnsfordeling, samt at noen har internasjonal bakgrunn. Totalt sett har utvalget erfaring fra både land og sjøbasert turisme, sommer- og vinteraktiviteter, samt at de har minst tre års fartstid på Svalbard. Informantene har erfaring fra ulike firma av både stor og liten størrelse, og de har opplevelser fra aktører som både er lokalt forankret og ikke lokalt forankret, organisert og ikke organisert i AECO eller Visit Svalbard.

For å nå ut til respondentene tok jeg kontakt personlig og per e-post, samt at jeg fulgte opp med informasjonsbrev via e-post da de sa seg villig til å delta i undersøkelsen (vedlegg I). Jeg har i tråd med NSDs retningslinjer for personvern hensyn vektlagt at all kommunikasjon anonymiseres. Små forhold ved destinasjonen, samt tilgang til personlige perspektiver gjennom forskningstemaet stiller krav til aktsomhet (Brunt et al., 2017). I dataanalysen refereres det til informantene i nummerert rekkefølge og alle direkte sitater skrives på bokmål. Dette skal forebygge at uttalelser kan spores tilbake til en bestemt person. I en kvalitativ undersøkelse der informantenes uttalelser står sentralt vil det derimot være en sannsynlighet for at personer som kjenner informantene godt vil kunne identifisere hvem de er. Dette forebygges ved at jeg velger egnede sitater med mest mulig generelt preg.

4.5 Intervju

I forbindelse med datainnsamlingen har jeg utarbeidet en overordnet intervjuguide basert på fire hovedtema. Temaene er teoretisk forankret og formulert i forskningsspørsmålene som har til formål å besvare problemstillingen skissert i kapittel 1.2. Forskningsspørsmålene er førende for samtaleemnene i intervjuet og underspørsmålene skal gi svar på forskningsspørsmålene. I noen tilfeller ble formuleringene imidlertid tilpasset den enkelte situasjon eller informantkategoriene; guide, bro-organisasjon og forvaltning. Naturguidene er eksempelvis en del av viltopplevelsene som utspiller seg, mens bro-organisasjoner og forvaltning observerer atferden på avstand. Det er dermed naturlig at informantene som håndterer turistene direkte er primær datakilde og oppgaven skrives fra et guide perspektiv. Felles for informantene er bred erfaring og høy kompetanse på sitt område. Intervjustrukturen har dermed resultert i et detaljert datamateriale som er egnet til å belyse forskningsformålet. Overordnet intervjuguide og spørsmålsoppstilling kan studeres i vedlegg II.

Selv om Brunt et al. (2017) ikke anbefaler å intervju folk man kjenner, var det i mitt tilfelle vanskelig å unngå. Kjennskap kan på en annen side anses som en styrke i datainnsamlingen på grunn av opparbeidet tillit til flere av informantene. I intervjusituasjonen kan det tenkes at intervjuobjektet tør å være ærlig og de er trygge på at jeg forstår dem. På en annen side kan de holde igjen informasjon på grunn av mitt lokale nettverk og de ønsker å sikre at sensitiv informasjon ikke kommer på avveie. Mitt inntrykk er imidlertid at samtlige informanter snakker åpent og ærlig om temaet vi diskuterer, og at de har tiltro til meg som intervjuer. Jeg tok med meg ny intervjuerfaring fra hvert møte, og kunne gradvis forbedre intervjusituasjonen, som for eksempel i form av kroppsspråk og respons.

Direkte erfaring med destinasjonen fra tidligere arbeidsforhold gjør at jeg levende forestiller meg ulike situasjoner og omgivelsene som skisseres i intervjuene, samt at detaljer huskes i større grad på grunn av relasjon til stedene hvor historiene utspiller seg. Felles erfaringer gir mulighet for at informantene tar opp forhold basert på spesielle roller eller hendelser, og jeg kan stille spørsmål som jeg ikke kunne formulert uten den lokale kunnskapen. På en annen siden kan dette fellesskapet føre til at nyanser og detaljer av relevans for oppgaven ignoreres (Wadel, 2014). Jeg opplever likevel at personlig erfaring fra Svalbard har hjulpet meg med å sammenstille motsetninger og likheter basert på informantenes utsagn, da oppgaven er utført på bakgrunn av teoretisk grunnlag og nye perspektiver fra tiden ved NMBU. Samtidig har et kritisk blikk fra en kunnskapsrik veileder vært spesielt nyttig.

Seks intervju ble gjennomført som personlige møter i Longyearbyen. Basert på informantenes ønske foregikk samtaler på møterom eller i en egnet stue med lite forstyrrelser og rom for uformelle samtaler. Fire intervju ble av praktiske årsaker gjennomført digitalt via Teams. Intervjuspørsmålene var ikke annonsert i forkant av samtalen. Hvert intervjuet innledes med en oppvarmingssekvens i form av rolleavklaring og formål med oppgaven. Samtalen startet med tre introduksjonsspørsmål for å skape fortrolighet og atmosfære, før jeg stilte en rekke nøkkelspørsmål knyttet til forskningstema. Intervjuet ble avrundet med to avslutningsspørsmål. Digitale intervju har muliggjort samtaler med viktige informanter som jeg ikke har hatt anledning til å møte ansikt til ansikt i Longyearbyen. Jeg kan ikke utelukke at videointervju har påvirket samtalen på grunn av manglende kontekst og sosialt miljø (Brunt et al., 2017). Digital løsning fungerte imidlertid godt i denne sammenhengen fordi jeg allerede har en form for relasjon til informantene basert på vår felles «svalbardkulturelle» bakgrunn (Wadel, 2014).

Under intervjuene benyttet jeg lydopptaker for å sikre at all informasjon kommer med i datainnsamlingen. Lydopptak var et egnet verktøy for å rette mest mulig oppmerksomhet til informanten, samt bidra til at studien er etterprøvbart. Slik vil jeg fortrinnsvis bli oppfattet som lyttende, interessert og med evne til å stille gode oppfølgingsspørsmål. Med hjelp av intervjuguiden kunne jeg avstemme at hvert tema ble dekket. Før møtet ble intervjuguiden bearbeidet i samarbeid med veileder og testet på en ekstern person for trygghet i intervjusituasjonen (Brunt et al., 2017). Noen intervju varte rundt 60 minutt, flesteparten rundt 1 time og 20 minutter, samt at det lengste varte i 1 time og 45 minutt.

4.6 Bearbeiding og analyse av datamaterialet

Bearbeiding og analyse av kvalitativt datamaterialet fordrer både kreativitet og evne til å systematisk søke etter meningsfulle svar (Brunt et al., 2017). Gjennom intervju og transkriberingsfasen fikk jeg den første kjennskap til datamaterialet. Intervjuene ble transkribert i sin helhet, ord-for-ord, inkludert non-verbale elementer som latter, tenkepause og kremting. Bearbeiding av data er prosessen med å bryte opp og organisere datamaterialet i mindre deler slik det kan tolkes og settes i en større sammenheng. I form av en manuell dataanalyseprosess, har jeg lest datamaterialet på en fortolkende måte og gjennomført koding og kategorisering i Microsoft Word og Excel. Parallelt har jeg illustrert sammenhenger i tankekart med blyant og farger på papir. Kvantitative undersøkelser vil i motsetning teste sine data i statistiske programvarer (ibid). Analyseverktøyene har gitt meg god oversikt over arbeidet til lave kostnader. Fremgangsmåten for analyse er ustandardisert og dermed tidkrevende. Jeg har imidlertid lært datamaterialet godt, noe som har hjulpet meg med å trekke paralleller og sammenhenger mellom intervjuene. Det faktum at analyseprosessen kan begrenses av egne ideer og forståelse gjør meg samtidig ydmyk for menneskelige feil (Brunt et al., 2017; Merriam & Tisdell, 2016). Analysen har vært iboende fra start til slutt i prosjektet, slik har jeg etter beste evne søkt mening til problemstillingen og formålet med studien.

Kodeprosessen går ut på å identifisere og merke relevante ord, setninger og avsnitt med et kort navn som indikerer tekstmateriale innhold. Nøkkelordene kan være informantenes ord, mitt ord for å beskrive innhold, eller et konsept fra litteraturen (Merriam & Tisdell, 2016). Kodene hjelper meg å identifiseres uttalelser som kan sammenstilles i ulike kategorier som kan belyse forskningsspørsmålene. Intervjuguiden, teorigrunnlag og litterære begreper har vært førende

for utarbeidelse og systematisering av kodeboken, slik at funn lettere kan sammenlignes og diskuteres i analysen. Jeg har foretatt flere runder med kodearbeid. Koding av intervjuene er foretatt i informantkategorisk rekkefølge, da jeg opplever det som ryddig, oversiktlig og forebygger at jeg ikke går glipp av detaljer underveis. Gjennom åpen koding ble datamaterialet konseptualisert ved at tekst merkes av gjenkjennelige koder i Word-margen. Åpen koding har gitt utsagn ulike nøkkelord slik at relevant datamaterialet ble håndterbart. Oversikt over kodene ble samlet i et Excel-dokument (kodebok). Excel ga god oversikt over kodelisten, samt mulighet for enkelt å kunne samsentille og redige koder og legge til kommentarer. Jeg kunne dermed identifisert gjentakende tema i datamaterialet.

Merking av tekst er starten på konstruksjon av kategorier (ibid). Jeg utarbeidet først en kodebok med begreper som brukt i intervjuguiden og ord som gjentar seg i åpen koding. Andre runde koding var ytterligere fokusert og besto av å sammenligne sentrale kodevariabler og slå sammen synonyme koder fra den åpne kodingen. Kodene ble deretter gruppert i ulike definerte, overordnede kategorier med relevans for tema i studien (ibid). Jeg tolket datamaterialet på bakgrunn av teoretisk rammeverk, og så nærmere på hvordan kategoriene relaterte seg til hverandre, slik at en konseptuell modell kunne formes. Ut ifra kodearbeidet har jeg analysert og forfattet historien, før konklusjonen ble formulert. Sitater fra intervjuene er inkludert i analysen for å vise empirien, understreke poenger og gi en levende beskrivelse av funnene i studien. Illustrasjonen under sammenfatter fremgangsmåten for oppgaven.

Problemstilling		Litteratur
Forskningsspørsmål		Begreper
Intervjuguide		Sitat
Data		
Tema	Kategorier	Eksempel på koder
Kommersialisering	Kundeopplevelsen	Budskap Turistforventning Utvikling
	Markedsføring	Reiselivsproduktet Markedsføringspraksis Isbjørnbestemmelsen
Isbjørnens symbolverdi	Isbjørnens symbolverdi	BBC-effekten Flaggskipsart Klima og global oppvarming
Forståelse	Ansvarsfølelse og forpliktelse	Ansvarsfordeling Ansvarsfølelse Interesseorganisasjon
	Krav og forventninger	Bransjeforventninger Kollegiale forventninger Ledelse Turistforventning til guiden

Normer	Atferdskontroll	Beslutningskontroll Erfaringsgrunnlag Forvaltningen Lovverk Ressurstilgang
	Deskriptive normer	Høy-status person Kulturforskjell Praksis i felt
	Interne normer: Oppfatning	Lesson learned Oppfatning Press So. Me. Taus kunnskap
	Oppfatning om atferd	Fordel Forståelse Følelser Volum
	Sanksjoner	Formell sanksjon Interne sanksjoner Sosiale sanksjoner
Analyse		
Diskusjon og konklusjon		
Implikasjoner og videre forskning		

Tabell 1: Illustrasjon av metodisk fremgangsmåte.

4.7 Vurdering av metode og datamaterialet

Enhver metode har sine begrensninger, fordeler og ulemper. I kvalitative studier fungerer forskeren som analyseverktøy og avhandlingen er dermed basert på menneskelig oppfatning og tolkning (Merriam & Tisdell, 2016). Ekstern vurdering av masteroppgavens kvalitet kan derfor avgjøres av forskningens reliabilitet og validitet, som kommer til uttrykk gjennom beskrivelser og gjengivelse av fremgangsmåten (Brunt et al., 2017). Reliabilitet omhandler studiens pålitelighet og kan oppnås ved å operasjonalisere terminologi og synliggjøre hvert trinn i forskningsprosessen som leder til en konklusjon. Pålitelighet betyr at resultatene skal kunne reproduseres av andre forsker ved å benytte tilsvarende teori, metode og fremgangsmåte for analyse (ibid).

Reliabilitet i samfunnsvitenskap utfordres av dynamikken i og utviklingen av sosiale forhold, som i kombinasjon med individuelle forutsetninger vil tilføre historien en viss grad av subjektivitet (Merriam & Tisdell, 2016). Resultatene kan for eksempel påvirkes av ulik kulturell bakgrunn, erfaring og kunnskap, noe som også gir ulik flyt i intervjusituasjonene (Brunt et al., 2017). I tillegg kan sosiale og samfunnsmessige endringer føre til at informanter har endret oppfatning dersom man intervjuer dem om det samme tema på et senere tidspunkt.

Svalbarderfaring vil påvirke min forståelse av datamaterialet og dynamikken i et intervju. Kompetansen er imidlertid et ressursbesparende element sammenlignet med å gjøre seg kjent med nye studieområder. Den kulturelle tilknytningen kan på en annen side medføre at jeg tar eksisterende sosiale forhold for gitt. Ved å klassifisere og tilegne bestemte egenskaper til inntrykkene jeg får, kan jeg stå i fare for å overse nye og viktige detaljer av relevans for studien (Wadel, 2014). Motvirkende tiltak er lydopptak, ordrett transkribering, teoretisk rammeverk og rådgøring med veileder som er ekstern fra svalbardkulturen. Studien kan imidlertid være etterprøvbare dersom jeg lykkes i min intensjon om en tydelig utforming, teoretisk drøfting og åpen dokumentasjon gjennom hele oppgaven.

Intern validitet indikerer hvorvidt funnene i studien er gyldig med tanke på å gjenspeile det fenomenet som problemstillingen har til hensikt å undersøke (Brunt et al., 2017; Merriam & Tisdell, 2016). Datamaterialet taler imidlertid ikke for seg selv og kvalitative studier formes som diskutert, basert på forskerens bakgrunn og forutsetninger (Merriam & Tisdell, 2016). Validiteten innebærer datanøyaktighet, troverdighet og mulighet for bredere anvendelse av kunnskapen utover denne oppgaven (Brunt et al., 2017). I kvalitativ forskning i egen kultur er det lett for at egenskaper forklares ut ifra en handling, eller en handling forklares ut ifra en egenskap (Wadel, 2014). For å kunne forstå og systematisere atferd og samhandling mellom naturguidene og øvrige aktører i turismen har teoretisk rammeverk hjulpet meg å finne relasjonelle forklaringer på atferd gjennom kunnskap om hvilke egenskaper jeg skal identifisere (ibid).

Det finnes forskjellige tiltak for å øke validiteten, for eksempel metodetriangulering som gir mulighet til å kontrollere og sammenligne data fra ulike vinkler (Merriam & Tisdell, 2016). For å styrke validiteten i denne oppgaven var imidlertid bredden og kompetansen i utvalget viktig for å identifisere mønster og avvik innad i turistbransjen. En mengde aktører er på en annen side ikke en del av utvalget, og kan dermed ikke forsvare sitt perspektiv. Til tross for fraværende observasjonsstudier, har jeg vært i kontakt med multiple datakilder. Ved å intervjuer forvaltning og bro-organisasjoner i tillegg til hovedinformantene, får jeg komplementerende informasjon rundt problemstillingen og et innblikk i hvordan guidenes beskrivelser samsvarer med andre synsvinkler. Andre strategier for å øke oppgavens troverdighet er detaljerte beskrivelser av prosessen, grundig analyse og hyppig sitatbruk, samt bruk av komplementære teoretisk rammeverk.

Opplysninger som gis i intervjuet er kun er tilgjengelig dersom informanten velger å være åpen. Jeg må imidlertid være bevisst på forskjeller i hva respondentene velger å fortelle meg og hva de synes er passende i den gitte situasjonen (L.Margaryan, personlig kommunikasjon, 26. mars 2020). Informantene er en del av den kommersielle turistnæringen og jeg må ta høyde for at noen vil fremstå høflig samt ha interesse av å fremstille saker på bestemte måter. Informanten kan gi meg de svarene han eller hun tror at jeg ønsker, samt at svarene ikke nødvendigvis er tilstrekkelig gjennomtenkt (ibid). Svalbarderfaringen opplever jeg som et fortrinn med tanke på kritisk tolkning av datamaterialet og mulighet for å prøve informasjon opp mot flere sider av saken, eksempelvis øvrige informantkategorier og aktuelle saker i mediebildet.

Ekstern validitet handler om i hvilken grad funnene i en undersøkelse kan generaliseres og overføres til andre situasjoner, noe som fasiliteres av detaljerte beskrivelser (Merriam & Tisdell, 2016). Statistiske generaliseringer til en større befolkning utelukkes imidlertid på grunn av et lite utvalg (Brunt et al., 2017). Analysen kan derimot synliggjøre interessante sammenhenger eller avvik som åpner for videre kvalitativ og kvantitativ forskning. Casestudie anvendes for inngående forståelse om en spesiell situasjonen (Merriam & Tisdell, 2016). For å imøtekomme validitetsspørsmål har jeg fokusert på en detaljert område- og informantbeskrivelse, samt at utvalget er dannet med tanke på å oppnå et mest mulig helhetlig perspektiv. I analysen har jeg etter beste evne fokusert på en strukturert og nøye sammenfattet informasjon fra hovedinformantenes beskrivelser, og empiri er tydeliggjort gjennom hyppig bruk av direkte sitater. Slik kan andre vurdere om studien også er relevant for tilsvarende tilfeller. Studien er hovedsakelig aktuell for viltturismen på Svalbard, men kan tenkes å være til inspirasjon for andre som forvalter og driver turistnæring på andre viltdestinasjoner.

4.8 Ethiske avveininger

Ethiske avveininger er et annet aspekt som vil påvirke forskerens og studiens troverdighet. Arbeidet er tillitsbasert da ingen regulerer intervjueren dersom spørsmålsformuleringer blir påtrengende eller umoralske i sensitive tema. Informantene viser tiltro til en intervjuer med tanke på at studiens funn ikke brukes til skade for de involverte (Merriam & Tisdell, 2016). Ethiske hensyn imøtekommes i denne studien ved prosjektinformasjon, rolle- og formålsavklaring, anonymisering, åpne spørsmål, nøytral respons i intervjuøyemed samt tilbud om sitatsjekker.

Overfor informantene har jeg avklart min rolle og formålet med intervjuet i tre stadier. Først ved forespørsel om deltakelse. Informantene har blant annet fått informasjon om årsaken til deres aktualitet for studien. I forkant av intervjuet ble informantene tilsendt informasjon om oppgaven for å avklare formålet med prosjektet. Samtykkeerklæringen som informantene signerer inneholder opplysning om hvem som har tilgang til datamaterialet og hvilken tid det slettes. I starten av intervjuet foretok jeg en rolle- og formålsavklaring, noe som er spesielt viktig med tanke på at informantene kan kjenne til meg som en del av lokalbefolkningen i Longyearbyen. Informasjonen opplyser også om frivillig og anonym deltakelse. Dersom en informant ønsker å trekke seg fra deltakelsen, vil all tilhørende data bli slettet. Tiltakene bidrar til å sikre konfidensialitet utover oppgavens formål. I de tilfeller en informant har presisert at den ikke kan siteres på bestemte utsagn så respekteres dette, samt at jeg viser aksept dersom de ikke ønsker eller kan svare på et spørsmål.

Relasjonell etikk (ibid) synes i forholdet til informanten. Jeg har stor respekt for dem som person og for deres rolle i turismen, samt at jeg er ydmyk og takknemlig for tiden de har avsatt til oppgaven. For å sikre nøytralitet i intervjuet har jeg planlagt åpne spørsmål i samråd med veileder, og jeg er bevisst på at min respons i intervjuet skal være nøytral. Jeg søker å ivareta anonymitet ved å bruke sitater som fremstår mest mulig uidentifiserbar, samt at direkte sitater godkjennes før bruk. Sitater på dialekt eller andre språk enn norsk er etter beste evne oversatt til bokmål. Etter å ha sammenstilt analysekapittelet har informantene fått tilsendt direkte sitater til godkjenning, noe som bidrar til å styrke validiteten. Spor av informantenes identitet finnes på samtykkeerklæringer og i enkle e-post korrespondanser. Kodearbeidet, transkripsjonene og informantlisten er anonymisert og inneholder ikke noen form for navn eller personinformasjon. All data er betegnet med «informant» og et nummer. I tillegg er det kun jeg og veileder som har tilgang til denne oversikten. Informasjon om informantene og datamaterialet slettes i tråd samtykke og NSDs retningslinjer.

5. Analyse

5.1 Kommersialisering av isbjørn

Markedsføring

Om du reiser til Svalbard kjøper du «en spesiell reise» (Informant 6). «Det er et sted der folk lett lar seg imponere fordi visuelt sett, [så] er det jo helt fantastisk» (Informant 8). Svalbard byr på «vill natur» og det er et sted hvor «dyreliv er i fokus» (Informant 9). Turistaktivitetene foregår i dyrelivets naturlige leveområder, og «isbjørn er en av hovedattraksjonene» (Informant 3). Møte med dyrelivet kan være målrettet når man bevisst reiser for å oppleve dyreliv, eller ikke-målrettet hvor man reiser med et annet hovedformål men sannsynlighet for å møte dyreliv eksisterer (Burns, 2017). På Svalbard foregår kommersialisering av isbjørn gjennom salg og markedsføring av ulike turistaktiviteter i områder hvor det er sannsynlighet for å se isbjørn: «Man har som sagt ikke lov å oppsøke isbjørn, men man kan jo reise til områder hvor man kan forvente større sannsynlighet for å se isbjørn» (Informant 2).

Informantene uttaler at markedsføringen av Svalbard har foregått i flere tiår. Bruk av isbjørn i turismen fremgår særlig av markedsføringsmateriell, for eksempel gjennom turbeskrivelser og annonser, samt produkttitler som «i isbjørnens rike» og «Ursus maritimus» (Informant 4). Isbjørnen brukes i tillegg som symbol i logoer og suvenirer. I den lokale reiselivsnæringen hevdes det at «det har jo alltid vært et sterkt fokus på at man ikke skal bruke bjørnen aktivt i reklame» (Informant 8). En informant forteller at årsaken til dette er at isbjørnen er en fredet art og man tradisjonelt sett ikke har ønsket å binde seg til et uforutsigbart dyr for en vellykket turistopplevelse. Informant 8 oppfatter likevel at bransjen i dag er mer avslappet til bruk av isbjørn i markedsføring. Dette er i tråd med en annen informants uttalelse, som forteller om en turistaktørs markedsmateriell: «Fremtiden på brosjyren var en isbjørn som hoppet opp av vannet» (Informant 3).

Å anse som utenfor reiselivsnæringens kontroll er imidlertid markedsføring og bildebruk i sosiale medier og andre typer digitale plattformer som tar kontrollen over hva folk egentlig vil se og publisere (Li & Bernoff, 2011). En informant understreker at den «opplever at det er flere bilder på nettet» (Informant 6), og en annen sier at «det hjelper jo heller ikke at guider bruker sine sosiale medier til å reklamere for bedrifter eller egne bilder» (Informant 2). Globalt sett finnes det i tillegg en rekke «formidlere» (forskrift om turisme mv. på Svalbard, 1991, § 3) som

internasjonale reisebyråer eller salgsagenter uten fysisk tilknytning på Svalbard. Dette nettverket har gjerne en annen kunnskap, virkelighetsoppfatning og erfaring med destinasjonen enn salgsapparatene som er tettere på reisemålet: «*De så markedsføringen til våre ... partner*» (Informant 9) og reiste til Svalbard for å se isbjørn. Varierende førstehåndskjennskap til Svalbard kan føre til ulike typer markedsføring og dermed påvirke turistforventningene i forskjellige retninger. Felles for alle aktørene er imidlertid at de «*alle sammen selger Svalbard*» (Informant 2).

Isbjørnbestemmelsens begrensninger

Av intervjuene kommer det frem delte meninger om isbjørnbestemmelsens begrensning for turismen. En informant synes ikke at svalbardmiljølovens paragraf om isbjørn (2001, § 30) «*setter begrensninger for turismen*» (Informant 8). På grunn av at isbjørnen er et stort og potensielt farlig rovdyr som kan angripe og skade mennesker, burde kunnskap om dens atferd være en begrensning i seg selv. En annen informant sier at «*det setter jo egentlig omfattende begrensninger for turismen om man skal se litt firkantet på det*» (Informant 9), blant annet fordi formuleringen ikke skiller på om isbjørnen viser en positiv eller negativ reaksjon til mennesker. Positiv reaksjon kan være nysgjerrighet, mens negativ reaksjon kan være stress og flukt (Andersen, 2020; Green & Giese, 2004).

Formuleringen i regelverket legger i tillegg opp til stor grad av subjektiv vurdering hos hver enkelt. En informant sier: «*Det er også en del selskaper som ikke er så flinke til å respektere reglene*» (Informant 2), mens en annen uttrykker at «*det går rett og slett på kunnskapsnivået til guidene*» (Informant 4). På et spørsmål om lovverket er relevant for dagens situasjon uttales: «*Svaret er både ja og nei, avhengig hvilken variabler du kaster inn i det*» (Informant 8). Informanten mener at det er relevant dersom folk følger det, men «*det sier litt at du må ha den tilleggsbestemmelsen*». Tilleggsbestemmelsen gir forvaltningen rom til å blant annet regulere ferdsel gjennom ulike forskrifter (svalbardmiljøloven, 2001, § 100).

Isbjørnbestemmelsen synes også å være utfordrende fordi lovverket krever kompetanse fra enhver som ferdes på Svalbard, og spesielt den som tar med gjester ut i felt (forskrift om turisme mv. på Svalbard, 1991, § 5-6). En informant forklarer: «*Slik som regelverket er i dag, legger det egentlig opp til at det skal være et visst erfaringsgrunnlag hos guidene*» (Informant 9). Det er jo fullt lovlig å reise rundt på Svalbard, samtidig som isbjørnen finnes over hele øygruppa,

men man vet som regel ikke hvor den befinner seg. Med tanke på isbjørnbestemmelsen sier Informant 1:

«Hvis man ser en isbjørn, så er det jo den øvelsen du gjør når du har sett bjørnen, når du har sett dyrelivet ... som avgjør hvor vidt du oppsøker den eller ikke».

Turistenes varierte forventninger

Turistenes forventninger utvikler seg i takt med reiselivets vekst og mengden informasjon som tilgjengeliggjøres. En økende trend er blant annet høyere forventninger om å se spesifikke arter (Dou & Day, 2020). Slike forventninger kommer også til syne på Svalbard. Uavhengig av sesong, forteller informantene at isbjørn som regel står øverst på ønskelisten til turistene: *«De vil kunne reise hjem og si at de har sett isbjørn»* (Informant 6). Et skille i forventningene kan imidlertid skimtes mellom turister som deltar på landbaserte versus sjøbaserte reiser. Som landbaserte aktiviteter regnes også dagsturbåter i Isfjordenområdet, da overnatting i forbindelse med denne type aktiviteter er landbasert og aktiviteten inngår gjerne i et større landbasert program. I motsetning vil man på en sjøbasert reise overnatte på båten (se for eksempel Hurtigruten (u.å.) og Hurtigruten Svalbard (u.å)). Informant 3 uttrykker det slik: *«Hvis jeg ser på de landbaserte aktivitetene ... så er forventningen til dyreliv faktisk ganske lav»*. Selv om forventning om å se isbjørn ikke er fraværende hos deltakere på landbaserte aktiviteter, viser informantenes beskrivelser at de gjerne har andre eller flere motivasjoner for reisen, og dermed fremstår forventningene lavere når det gjelder å se isbjørn.

Mange turister trer ut av sin komfortsone under landbaserte aktiviteter, da det er få turer utenfor bosetningene som innbyr til lavterskel-opplevelser:

«Noen får sikkert sin egen utilstrekkelighet slengt ganske godt i [ansiktet]. Mens andre opplever en enorm mestringsfølelse som de ikke var klar over at de manglet en gang» (Informant 8).

På et skip derimot, er turen for mange å anse som ferdig når målet om å se isbjørn er oppnådd:

«På skipene er situasjonen annerledes. Der er forventningen 100% om å se isbjørn. Hvis du ikke ser bjørn så er reisen en bomtur» (Informant 3).

Kompleksiteten i de landbaserte aktivitetene hvor turistene selv må ta fysisk del i gjennomføring av turen, eksempelvis ved å gå eller kjøre snøscooter, trekkes av informantene frem som en årsak til ulike forventninger mellom landbaserte og sjøbaserte turister. I følge Dybsand (2020) har turoperatørenes tilnærming i markedsføring stor innflytelse på gjestenes forventninger om å se isbjørn. De kan dermed legge føringer for hvor tilfreds deltakerne blir med reisen selv med fravær av isbjørn. Forskjellen mellom land- og sjøbasert turisme forstås også på bakgrunn av karakteristika som at sjøbaserte turoperatører gjerne er «*internasjonal, sesongbasert næring*» og tilhører målgruppen til AECO, mens landbaserte aktører i større grad har «*helårlig drift*» og «*Longyearbynære produkter*» og tilhører målgruppen til Visit Svalbard (Informant 1).

Dersom en svalbardturist ikke uttrykker forventning om å se isbjørn, er det gjerne turister som har vært på Svalbard tidligere. Informant 9 forklarer det slik: «*Kunder som kommer igjen, naturkunder, de har jo en forventning som er tilpasset de tidligere turene*». Ifølge informantene avhenger turistenes forventninger også av tidligere erfaring fra viltturisme, dyreliv generelt og den kunnskapen de har om destinasjonen, samt at nasjonalitet og kulturelle særtrekk spiller en rolle. En informant beskriver det på denne måten:

«*Når det kommer til isbjørn så føler jeg at nordmenn har lavere forventninger til å se den. Og de er ofte mindre ute etter å se isbjørn. Jeg føler veldig ofte at sør-europeere, kanskje noen amerikanere og noen asiater, er veldig sånn at de er her kun for isbjørn*» (Informant 2).

Forventninger påvirker turistenes oppfatning om hva de skal oppleve på reisen og dermed også deres tilfredshet (Dybsand, 2020). Informantene sier at det ofte er store forskjeller i hvordan turistenes forventninger samsvarer med det de møter i praksis. Informanter som blant annet har erfaring fra sjøbaserte reiser beskriver at «*hvis vi har slitt litt med tåke og det var vanskelig å finne dyr, så får vi ofte en mer lunken tilbakemelding*» (Informant 9), og «*hvis du ikke ser isbjørn så smaker maten dårlig, det lukter dårlig og alt er dårlig*» (Informant 3). På spørsmål om hva som skjer om gjestene ikke ser isbjørn på en tur svarer en annen informant: «*Det skjer ikke så mye. Folk er generelt sett helt innforstått med det*» (Informant 8). Selv om mange turister som kommer til Svalbard har et sterkt ønske om å se isbjørn opplever flere informanter at gjestene modererer forventningene etter at de har kommet til Svalbard:

«Jeg opplever at forventningene kan stride imot praksis, men det er veldig enkelt å endre det eller å få forståelse for hvorfor det ikke funker» (Informant 6).

Fravær av isbjørnopplevelser brukes også som en motivasjonsfaktor for å besøke destinasjonen flere ganger, et argument som er i tråd tidligere studier på isbjørnturisme (Se Dybsand, 2020). I intervjuene kommer det frem at guidene på Svalbard ikke klarer å påvirke enhver gjest. Informantene har likevel en oppfatning om at turistene generelt sett er fornøyd med svalbardreisen, selv uten å se isbjørn. Årsaken er gjerne at mange blir overrasket av den spektakulære naturopplevelsen og de fleste får dermed oppfylt en rekke forventninger, selv om disse forventningene er nye og annerledes enn hva de hadde i utgangspunktet.

Kommersialiseringens dilemma

Forventningene om å se isbjørn har utviklet seg og vokst parallelt med at volumet i turismen har gitt rom for flere turoperatører og gjester. Informant 8 beskriver følgende:

«Kommersialiseringen i sin generalitet har ført til at man får et større spekter av mennesker som kommer og dermed er også forventningene like differensierte som de tilreisende».

Den tradisjonelle «adventure»-turisten reiser fremdeles til Svalbard, i tillegg opplever næringen nye typer besøkende som i større grad er opptatt av dyreliv og isbjørn:

«Den gamle typen turister kommer fremdeles ... Men i tillegg til det har du, jeg vet ikke hvor mange, kanskje 50.000 nye passasjerer som ikke var her før, og deres eneste mål er å se dyreliv» (Informant 3).

Bred kommersialisering av isbjørn utfordrer guidene ved å legge en forventning hos kunden som i henhold til normene kan være vanskelig å etterleve i praksis. Intervjuene mine eksemplifiserte og utdypet noe av dette nærmere. En informant forklarer at særlig motstridene er de ulike budskapene om isbjørnen som kommuniseres fra bransjen: *«Her selger vi isbjørn, men du kommer sannsynligvis ikke til å få se noen, men pass deg» (Informant 6).* Sett fra et opplevelsesperspektiv skaper dette forvirring omkring forventningene om å se isbjørn. Dyret markedsføres som en imponerende skapning å oppleve, samtidig som turistene advares om at det ikke er garantert og at de sannsynligvis ikke kommer til å få se isbjørn: *«Budskap nummer en er at du ikke skal forvente at du får se en isbjørn» (Informant 6).* Enkelte aktører løfter

derimot isbjørnen frem som en hovedattraksjon: «Noen av dem har til og med isbjørngaranti, hvis ikke får du pengene tilbake» (Informant 3). Andre aktører arrangerer turer med snøscooter til Østkysten og hevder at destinasjonsvalg for turen øker sannsynlighet for å se isbjørn.

Denne miksede informasjonen synes også å oppleves villedende for turistene (Dybsand, 2020). I intervjuene kommer det frem at sammensetningen og tilgjengeligheten av dyr er sesongpreget, noe som gir store variasjoner i dyrelivets intensitet, samt små marginer med tanke på å oppleve isbjørn. Informantene påpeker at Svalbards ville natur og dyreliv er «*helt utenfor enhver guides kontroll*» (Informant 8). Til tross for at det på Svalbard er mulig å se isbjørn vil turistenes forventninger i mange tilfeller ikke innfris.

Isbjørnens atferd gjør det utfordrende å bruke arten som turistattraksjon, fordi den er uredd, uforutsigbar og utgjør en trussel i form av å være et rovdyr. Man kan til enhver tid møte på isbjørn hvor som helst på Svalbard. Samtidig kan den ofte være vanskelig å oppdage da den er nomadisk og beveger seg over store områder. Isbjørnens tålmodighet og instinktive atferd gjør at den kan angripe uten varsel (Andersen, 2020; Norsk Polarinstitut, 2019). Informantene fremhever at sikkerhetsfokus i bransjen er høyt og at det er nødvendig med en bevisstgjøring om isbjørn i kommunikasjonen til turistene. Viltturisme som avhenger et slikt naturfenomen stiller betraktelige krav til turoperatørene (Dybsand, 2020). På grunn av Svalbards krevende naturforhold (Vold, 2014), bærer aktørene et spesielt ansvar for å avklare omstendighetene på destinasjonen, og informere om isbjørnens atferd og nødvendige sikkerhetstiltak, også når arten ikke aktivt inkluderes i kommersielle aktiviteter.

5.2 Isbjørnens symbolverdi i turismen

«Kongen av Arktis»

Isbjørnen er eksempel på et pattedyr som er endemisk⁴ for Arktis. Informantene gir flere argumenter for å anerkjenne isbjørnen som et symbol i turismen, blant annet dens ikoniske status som flaggskipsart på øygruppa: «*Det ville være unaturlig å ikke prate om isbjørn i og med at den er en ikonisk art som finnes på få steder du klarer å komme til*» (Informant 8). Andre årsaker som informantene mener fører til isbjørnens symbolverdi i turismen, er at den er et stort og imponerende rovdyr, som er farlig og kan skape frykt: «*Den tilhører de store; løve, tiger og*

⁴ Endemisk betyr at utbredelsen av en art er avgrenset til ett bestemt miljø eller område (Halleraker, 2021).

isbjørn, et stort rovdyr som potensielt sett er litt farlig. Det å møte sin frykt» (Informant 6). Til sammenligning med Afrikas elefanter og løver, er isbjørnen nordkalottens mega-fauna: *«Når folk tenker på Afrika så er det elefanten og løven de tenker på. På Svalbard er det isbjørn»* (Informant 4).

En annen faktor som gjør isbjørnen på Svalbard attraktiv er at den kan oppleves kun i sitt naturlige element: *«Det er noe med det å så se disse dyrene i det miljøet som er der oppe»* (Informant 9). En annen informant beskriver opplevelse av isbjørn i sitt naturlige element som sådan: *«Fascinasjonen av at det er et majestetisk dyr, nesten i en sånn eventyrverden»* (Informant 4). På bakgrunn av dens egenart, er det naturlig å bruke *«kongen av Arktis»* (Informant 2) som et symbol i turismen. Informant 8 beskriver:

«Det er jo alltid veldig imponerende å se et så stort dyr som isbjørn i sine naturlige omgivelser. Det er nesten litt sånn at jo større dyret er, jo kulere blir det».

Som vi har sett, kan fauna som isbjørn være vanskelige og uforutsigbare å oppdage (Andersen, 2020; Dybsand, 2020). Dette er noe som flere av informantene også påpeker, og det tyder på at disse egenskapene tilfører et ekstra spenningsmoment til turistopplevelsen. I tillegg fremheves helheten i dyrelivsopplevelsene på Svalbard som attraktiv. Informant 9 beskriver:

«Det er ikke dyr som står der og venter på oss. Det er det å få opplevelsene i den totalpakken, med det fantastiske landskapet som finnes på Svalbard, som gjør det spesielt».

Til tross for at isbjørnen er et frittlevende dyr som gjør det til en uforutsigbar turistattraksjon (Dybsand, 2020), fremhever Dou & Day (2020) at dyrenes størrelse og døgnrytme bedrer deres synlighet i landskapet. I tillegg til å være en «flaggskipsart» (Heberlein, 2012, s. 58) ansees disse egenskapene i kombinasjon med store, åpne leveområder som viktige faktorer for arter som isbjørnens attraktivitet i turismen (Dou & Day, 2020; Reynolds & Braithwaite, 2001).

«BBC-effekten»

På verdensbasis har fokuset og bevisstheten rundt isbjørn økt av flere grunner ifølge informantene. Noen trekker blant annet frem mediehuset BBC som en viktig bidragsyter med tanke på å vise frem isbjørnen på lerretet. Et resultat av denne oppmerksomheten, «BBC-effekten», synes å være at flere ble bevisst på Svalbard og isbjørn. En informanter uttaler:

«Et av vendepunktene var BBC. Det er BBC «Frozen Planet» og «Planet Earth» som etter min mening endret folks oppfatning fullstendig» (Informant 3).

Videre trekker informantene frem dagsaktuelle temaer som global oppvarming og andre klima- og miljøendringer som øker folks generelle bevissthet. Dette kan være saker om for eksempel avskoging eller tap og forringelse av villmark. Denne bevisstheten kan også bidra til at mange ønsker å reise til Svalbard hvor isbjørnen hører til. En informant hevder at mange turister vil se og oppleve isbjørnen og Arktis før arten og isen forsvinner, og sier at *«en typisk nyhetsoverskrift er at isbjørnen vil forsvinne om noen hundre år»* (Informant 3). Informanten mener at folk som vokste opp med å høre om klima- og miljøutfordringer i dag har bedre økonomi. I kombinasjon med at temaet har modnet, så medfører dette at de nå griper muligheten til å kjøpe en reise som de har overveid lenge.

Inngangsporten til Arktis

Verdenssamfunnets økte bevissthet om klima- og miljøutfordringer, i kombinasjon med kommersialisering av natur og dyreliv, kan bidra til å forklare noe av veksten i turismen på Svalbard. Flere informanter mener også at det ikke er alle forunt å oppleve isbjørn fordi den er en sjelden art: *«Det er så få steder i verden hvor du har mulighet til å reise for å se dette»* (Informant 4) og *«de fleste på jorden får aldri sett isbjørn. Det er ganske vanskelig, og det krever litt å komme hit for å se den»* (Informant 6). I tråd med Burns (2017), anser de Svalbards beliggenhet og begrensede tilgjengelighet som en viktig betingelse for isbjørnens attraktivitet.

Selv om destinasjonen er fjerntliggende og en reise til Svalbard er uoppnåelig for mange, er den likevel mer tilgjengelig enn andre isbjørnområder som for eksempel Nunavut i Nord-Øst-Canada. På Svalbard lufthavn ankommer daglige rutefly med SAS og Norwegian mesteparten av året, i tillegg til at flyplassen tar imot charterflyvninger. Informant 9 sier: *«Det er jo kun på nordkalotten, og der er det jo Svalbard som er inngangsporten til Arktis, hvor man har internasjonal flyplass»*. Lemelin og Dyck (2008) hevder også at lufthavn og innovativ teknologi som is-forsterkede skip, i stor grad fungerer som en inngangsport og forbedret tilgjengelighet til Arktis. Flere informanter sier at båtsesongen nå starter tidligere om våren og varer lengre utover høsten. Samtidig forteller noen om situasjonen for et par tiår siden, hvor en snøscootertur til Østkysten foregikk over to til tre dager. Det var en *«ekstremtur»* som færre gjennomførte (Informant 1). I dag er snøscooterne og utstyret blitt betraktelig bedre, og det er gjennomførbart å reise tur-retur Longyearbyen-Østkysten på en dag. Isbjørnen fremstår uansett som

uforutsigbar attraksjon og en utfordrende art å oppleve, foruten i Churchill, Manitoba i Canada, hvor flere turistaktører tilbyr isbjørnaktiviteter (Dybsand, 2020). Over tid, med bedre teknologi og kommersialisert tilrettelegging, kan det også på Svalbard bli lettere å oppleve isbjørn.

Isbjørnturismens paradoks

Slik som informantene beskriver mediernes effekt på turistenes bevissthet og forventninger, omtales de også i litteraturen. Forbedret medieteknologi som TV, film, radio og publikasjoner, har den fordelen å nå ut til et større publikum med lavere økologisk og biologisk belastning. Selv om produksjon medfører en form for påvirkning, vil belastningen forholdsmessig være mindre fordi man når ut til flere personer uten deres fysiske deltakelse i viltopplevelsene. Medieindustrien har sett en betydelig vekst på grunn av TV-serier, filmer og dokumentarer som inviterer mennesker inn i ville dyrs naturlige verden (Jacobs, 2009; Manfredo, 2008; Reynolds & Braithwaite, 2001). En informant beskriver dette slik:

«Det er noe med hvordan disse artene har blitt løftet frem i media, i forhold til de ikoniske dyrene i Arktis. Tenker da på BBC og disse programmene som har veldig fokus på spesielt isbjørnen som «kongen av Arktis»» (Informant 9).

Som vi har sett over, er isbjørnen en viktig attraksjon for mange turister på Svalbard. Dette kan også forklares av menneskers medfødte fascinasjon for dyrelivets estetiske uttrykk, noe som gir flere typer emosjonelle reaksjoner (Jacobs, 2009). Møte med ville dyr stimulerer ulike følelser som lykke, spenning, frykt eller sinne (Heberlein, 2012; Jacobs, 2009). I tråd med informantenes oppfatning, er turistenes respons forankret i deres bakgrunn, motivasjon, kunnskap og individuelle erfaring med dyreliv (Heberlein, 2012; Jacobs, 2009; Reynolds & Braithwaite, 2001). Disse forholdene gir villturismen mulighet til å påvirke mennesker i positiv retning, både i et folkehelseperspektiv, men også mot en bredere forståelse som kan føre til en mer miljøbevisst og hensynsfull atferd overfor naturen (Ballantyne et al., 2011; Jacobs, 2009).

Samtidig som det fremstår tydelig hvorfor isbjørnen brukes som et kjennemerke i turismen på Svalbard, og flere nå har mulighet til å oppleve den, eksisterer det også et paradoks: *«På verdensbasis, i forhold til klimaendringer, så er ofte isbjørnen et symbol»* (Informant 4). Populasjonen(e) er sårbar(e) på grunn av klimaendringer og menneskelig påvirkning (Miljødirektoratet, 2020). Ifølge Lemelin og Dyck (2008) har økt mediebevissthet om isbjørn ført til større bekymring hos noen, mens andre opplever nysgjerrighet og ønsker å oppleve arten

i sitt naturlige element. Kommersialisering fører til at flere reiser til Svalbard (Lemelin & Dyck, 2008; MOSJ, u.å.) og mange vil se isbjørnen før den forsvinner (Miller et al., 2020), noe som blant annet internasjonal turisme bidrar til å fremskynde (Cui, 2021). En informant sier: *«Det spiller ingen rolle hvor miljøvennlige de sier at de er, vi slipper ut så mye CO2 ... vi legger bare mer til problemet»* (Informant 3). Global oppvarming vil ifølge Cui (2021) utfordre fremtidig viltturisme, da tap av biologisk mangfold forventes å øke på grunn av klimaendringene. Informant 3 sier:

«Ironien er at når isen smelter så er det et så stort press på å se det før den smelter ... og med den ene bjørnen du finner ... så har du alle skipene som samler seg rundt og bare stresser den».

På Svalbard har det foregått en utvikling hvor *«dyrearter har kommet tilbake»* (Informant 1). Fredning av arter i henhold til svalbardmiljøloven (2001, § 25) og temperaturøkning trekkes frem som årsaker til at ulike arter beveger seg nordover. Et rikere dyreliv kan dermed ikke brukes som et argument for å godkjenne veksten i turismen, da det er de klimatiske endringene som tvinger dyrene til nye steder. I tillegg medfører endringene at reisende på Svalbard kommer seg lengre ut fra bosetningene på kortere tid og *«man oppsøker områder som tidligere ikke var tilgjengelige»* (Informant 1). På bakgrunn av dette fremstår det paradoksalt å skulle øke reiselivet i takt med at økosystemet endres og leveområdet til isavhengige arter forsvinner. Til tross for de positive innvirkningene turismen gir på økonomisk, sosialt og personlig nivå, vil turismen på Svalbard påvirke det sårbare dyrelivet i form av arealbruk og forurensning, samt at menneskelige møter kan føre til forringet dyrevelferd. Informant 8 sier følgende om bransjens påvirkning på eget ressursgrunnlag: *«Visst du er for mange på et sted så ødelegger du for deg selv»* (Informant 8).

5.3 Naturguidenes forståelse av sårbart naturmiljø og virkningene av egen virksomhet

Ansvarsfordelingen i turismesektoren

Informantene i studien har en klar formening om ansvarsfordelingen mellom myndighetene og reiselivsbransjen. De mener at forvaltningen har det overordnede ansvaret for vern og beskyttelse av dyrelivet, mens reiselivet skal utøve ansvarlig atferd og kommunikasjon i tråd med de rammene som myndighetene trekker opp. En informant sier: *«Først er det forvaltningen*

så er det turismen» (Informant 3). En annen følger opp: *«Forvaltningen må ha på plass et regelverk som har den naturlige faunaen i hovedfokus»* (Informant 8). Myndighetene sitt ansvar er *«å passe på at hele økosystemet fungerer, verne og beskytte det»* (Informant 6). Reiselivsnæringens ansvar er blant annet sikkerhet og bærekraftig atferd. Informantene mener at dette krever at regelverket er tydelig og at bransjen følger retningslinjene: *«Reiselivet må sørge for at det møtet som skjer mellom pattedyr skjer på en måte som ikke setter noen av dyrene i fare»* (Informant 8). En annen uttrykker at *«reiselivet sitt ansvar er å forvalte og holde det bærekraftig, slik at det fungerer og at det står bjørn der neste år også, og neste år og neste år»* (Informant 6).

Turismen tillegges også ansvar for kommunikasjon og budskapet som formidles til turistene. Informant 9 sier:

«Reiselivet sitt ansvar overfor dyr på Svalbard begrenser seg egentlig til kommunikasjon» og «å ha et økosystemfokus, ikke bare et individfokus eller artsfokus, men vise sammenhenger».

Informanten hevder at reiselivsnæringen har en unik posisjon for å nå et betydelig større publikum enn for eksempel en forskningsrapport, gjennom naturbilder og formidling i ulike kanaler. Reiselivets ansvar blir dermed å vise sammenhenger ved *«å kommunisere verdien av å ha et sunt naturmiljø og et rikt dyreliv, i all sin mangfoldighet»* (Informant 9). Samtidig er det viktig å formidle ekstremiteten ved Svalbard som destinasjon på en god og forståelig måte. Selv om man som turoperatør ønsker å imøtekomme turistens forventninger om å se isbjørn så *«er det jo veldig underkommunisert at å kjøre snøscooter er ikke som å ta buss»* (Informant 8). Omdømme og markedsrettet kommunikasjon er i henhold til Dybsand (2020) betydningsfulle faktorer som påvirker turistenes forventninger om opplevelser ved en destinasjon. I de tilfeller gjester bestiller en snøscootertur til østkysten i håp om å få se isbjørn, er det ikke sikkert de fysisk klarer å gjennomføre turen. For eksempel på grunn av distanse, kulde, dårlig vær og at de selv må kjøre snøscooteren. Uavhengig av type turistprodukt som tilbys og forutsetningene de medfører, opererer aktørene på en destinasjon som stiller spesielle krav til informasjon utover et salgorientert budskap: *«Det er jo veldig viktig å ha alle turistenes potensielle ferdigheter i tankene når man beskriver den turen»* (Informant 8).

I ansvarsfordelingen, herunder reiselivets handlingsrom, skisseres imidlertid et dilemma. Informant 9 argumenterer for behovet av å ha *«pedagogiske interessante områder å besøke»*

hvis man skal vise frem mangfoldet i økosystemene på Svalbard. Pedagogisk interessante områder sees som en viktig redskap for å skape verdifulle opplevelser og stimulere miljøbevisst atferd (Ballantyne et al., 2011). Samtidig som turismen øker i volum, medfører klimaendringer at sårbar natur har behov for beskyttelse, noe som medfører strengere vern. Vernetiltak er strukturelle endringer som vil begrense folk å besøke bestemte områder og reduserer dermed reiselivsnæringens handlingsrom og tilgang til en del interessante steder (Heberlein, 2012). Informant 6 sier:

«Det er aldri hyggelig å få begrensninger, og det er aldri hyggelig at fjorder stenger og så videre, men det skjer jo sånne ting når man ikke har klart å ta ansvar og vise måtehold».

Ifølge Winter (2020) rettes mange spørsmål om dyrevelferd i viltturismen generelt, mot turoperatører. Hun hevder at det moralske ansvaret overfor dyrelivet ofte kommer i skyggen av økonomiske interesser. På grunn av turismens kompleksitet og omfang uttrykker hun også bekymring over politiske føringer som har en instrumentell tilnærming til dyrevelferd. Myndighetene på Svalbard argumenterer derimot for å utvide verneområder for å redusere menneskelig og motorisert ferdsel. For eksempel gjennom utvidelse av Nordenskiöld Nasjonalpark, hvor formålet er å beskytte isavhengige arter som ringsel og isbjørn og deres leveområde (Høringsdokument, 2021). Involvering av sentrale interessenter som turoperatører i forvaltningsspørsmål er imidlertid avgjørende for å få medhold hos næringen (Dou & Day, 2020). Samtidig kan det stilles spørsmål til hvordan samspillet mellom bruk og vern vil foregå når naturområder vernes samtidig som turismen øker og konsentreres i mindre områder som også er sårbare.

På Svalbard vil turismens ansvarlighet avhenge av rettsregler, turoperatørens interne regler, retningslinjer og etiske standard, samt bro-organisasjonenes retningslinjer for sine medlemsbedrifter. Informant 1 forteller at *«både AECO og Visit Svalbard har jo jobbet med retningslinjer og krav til medlemmer som ofte har vært strengere enn det regelverket tilsier»*. AECO sine konkrete retningslinjer for møter med sårbart dyreliv illustrerer dette (AECO, u.å.). Frivillighet utfordrer imidlertid bransjestandarden, da kun deler av den operative turismen på Svalbard er en del av bro-organisasjonene. Medlemmene *«utgjør kanskje 50% av reiselivet generelt på Svalbard»* (Informant 1). Som en følge av dette vil det være ulike standarder innad i bransjen, da ikke alle opererer etter de samme retningslinjene. Det er likevel interessant å se

at turoperatører som er beryktet som «cowboys» til en viss grad berges av sine guides personlige ansvarsfølelse og forpliktelse overfor dyrelivet. Informant 6 sier:

«Selv de som er såkalt «cowboys» tror jeg faktisk oppfører seg bedre ute i naturen. Fordi at deres guider er genuint interessert og da henger det ikke på bedriften men på guidene. Det kommer ned på guidenivå. Guidene er genuint interessert. Bedriftene er kanskje ute etter profitt, mens guidene gjør en god jobb».

Informantene i studien sier at de har respekt for sin arbeidsgiver eller oppdragsgiver, men flere hevder at den personlige ansvarsfølelsen er i henhold til de overordnede miljømålene: «*Min personlige ansvarsfølelse er knyttet til regelverket*» (Informant 3). Funnet kan anerkjenne guidenes betydning for turismens moralske tilnærming i møte med dyrelivet.

Turismens forventninger til guidenes praksis

Informantene beskriver at de på guidenivå ikke føler et direkte forventningspress, men heller uklare signaler fra bransjen og forvaltningen. Det er flere grunner til dette. Informant 9 sier:

«Vi har kanskje ikke så mye med bransjen generelt å gjøre», men «der er operatører og konkurrenter som vi har et greit forhold til. Det er ikke noen spesiell forventning».

En annen informant forteller blant annet at den ikke opplever spesielle forventninger fra bedriften for øvrig eller bro-organisasjonene, og sier: «*Jeg føler ikke bransjen forventer så høy standard som det vi guider forventer av hverandre*» (Informant 2). En tredje informant synes det mangler «*en overordnet visjon for hva det er vi skal holde på med og hvordan det er vi skal gjøre det ... både lokalt, men også sentralt*» (Informant 8), mens en fjerde sier: «*Hvorfor de får lov til å fortsette på en så pass useriøs måte?*» (Informant 4). Dette er interessante utsagn da de gir inntrykk av at både forvaltningen og bransjen samlet sett fremstår utydelig, uten klare felles forventninger på tvers av firmaer, ledelse, salg- og markedspersonell og feltpersonell.

Forventningspresset på det kollegiale nivået oppfattes annerledes og tydeligere sammenlignet med bransjen generelt. Informantene beskriver ulike forventninger, men først og fremst sikkerhet på tur: «*Vi forventer at de sier ifra hvis de ikke er trygge*» (Informant 4). De forteller også at turene skal gjennomføres foruten problemer som tapt eller skadet utstyr. En informant

beskriver at *«ingen utstyr skal gå tapt, ingen skade og det skal ikke være noen forstyrrelser i naturen»* (Informant 2). Flere informanter forteller at guidene er problemløsere og i tillegg yter «det lille ekstra» til gjestene, for eksempel historiefortelling. En annen informant sier følgende om guidene som jobber på samme tur: *«Vi er et team»* (Informant 9). Informantene beskriver kollegiale forventninger som fokuserer på profesjonalitet, arbeidsfordeling, god dialog og en felles forståelse om å ta de mulighetene som dukker opp med tanke på gode opplevelser og dyreliv.

Selv om en informant sier at den *«opplever veldig lite eller totalt fravær av prestisje mellom guider»* (Informant 6), har andre informanter andre erfaringer. For å oppnå best mulig kvalitet i turistopplevelsene og best mulig oppførsel overfor natur og dyreliv, tolkes imidlertid tydelige forventninger, rollefordeling og gjensidig anerkjennelse mellom guidene som viktige vilkår:

«Når man forventer den høye standarden så gjør det ingenting at man plutselig er andre guide eller tredje guide, man har ikke noe behov for å vise seg frem, sånn som jeg føler det har vært en del i andre selskaper» (Informant 2).

Samtidig forteller informantene at forventningene øker med ansiennitet og erfaringsgrunnlag, samt at det avhenger av hvilken type tur man leder. Sannsynligheten for å bli skuffet over en kollega som ikke håndterer guiderollen eller klarer å *«kødde det til»* (Informant 2) øker med arbeidserfaring. Blant informantene tolkes altså opplevelsen av forventninger større mellom ansatte i samme avdeling enn hva de opplever fra bransjen generelt og andre avdelinger i samme bedrift. Fysisk avstand synes å medføre fravær av forventninger fra kolleger i administrative roller. Samtidig etterlyses tydelighet fra bedriftsledelsen overfor sine ansatte, om hva som er akseptert standard med tanke på atferd i naturen: *«Det mangler noen ganger litt i bedriftsledelsen, deres tydelig overfor guidene, om hva som er ok og ikke ok»* (Informant 6).

Som vi har sett over, har mange turister store forventninger til å se isbjørn. Informantene mener imidlertid at turistenes forventninger til guidene er at de skal lede gjestene gjennom en fin tur innenfor trygge rammer med høyt fokus på sikkerhet. Guiden skal for eksempel legge til rette for gode fotomotiv og ha kjennskap til hvor dyrelivet befinner seg, samt at de skal fungere som veivisere til *«kule steder»* (Informant 2). Informant 6 sier: *«Jeg skal levere på trygghet og sikkerhet. Jeg skal levere på fotomotiv»*. Samtidig er det en del turister som ikke har spesielt høye forventninger til guiden: *«Mange tror at når de skal på tur, så skal de bare kjøre i fra A*

til B for å besøke en brefront og så skal de hjem igjen» (Informant 4). Informantene forteller også at guidene selv *«legger litt føringer for hva turistene forventer»* (Informant 9). Informantene uttrykker imidlertid stor ansvarsfølelse overfor gjestene og understreker betydningen av å levere den opplevelsen gjesten har kjøpt: *«Det er viktig å levere på det man selger»* (Informant 6).

Personlig ansvarsfølelse

Ansvarsfølelsen informantene beskriver går ut på en ydmyk og respektfull tilnærming til naturen: *«Når du er på tur så skal du respektere dyrelivet»* (Informant 4). Når informantene snakker om anstendig oppførsel i møte med dyrelivet er det en som forteller at: *«Det her er mitt levebrød, det her skal fungere»* (Informant 6). Informanten beskriver også at den har et mer personlig forhold til dyrelivet enn hva den har til turistene, fordi dyrelivet utgjør dens arbeidsmiljø. Flere snakker også generelt om guidenes personlige ansvarsfølelse overfor det formelle regelverket, og en understreker at *«jeg har noen grenser som jeg ikke vil krysse»* (Informant 3). Videre uttaler en informant at den personlige ansvarsfølelsen *«ligger til grunn for de aller fleste av de valgene jeg tar i felt»* (Informant 9). En annen informant viser til formell kompetanse: *«Det har vært såpass mye fokus på sårbarheten, at da får man mye mer respekt»* (Informant 2). Flere sier i intervjuene at de verdsetter dyrelivsopplevelsene, men dersom forholdene gjør at det blir vanskelig å se dyr, vil de ikke utfordre den personlige ansvarsfølelsen for å tilfredsstille gjester: *«Vi presser aldri dyreliv for å tilfredsstille en kunde»* (Informant 9). Informantene uttrykker også at de ønsker å bidra til at gjestene får en bedre forståelse av sårbarheten i den arktiske naturen og et bredere perspektiv: *«Det er fint hvis du kan påvirke atferden deres på en eller annen måte»* (Informant 3).

Den personlige ansvarsfølelsen for natur og dyreliv kan tolkes på bakgrunn av identitet, verdigrunnlag og kompetanse. Identitet kommer til syne i form av utsagn som «levebrød», og kan sees i sammenheng med at naturguider omtales som en viktig yrkesgruppe innen det naturbaserte reiselivet (Vold, 2014). Verdigrunnlaget forstås blant annet gjennom ønske om å påvirke atferd, samt at informantene har lagt ned betraktelig innsats for å oppnå formell utdanning og for å høste verdifulle erfaringer med svalbard-naturen. Identitet og verdigrunnlag er betydningsfulle forhold når det gjelder å utvikle holdninger (Heberlein, 2012). Informantene oppfattes i tillegg å være bevisst på hvilke konsekvenser deres atferd kan føre til. De uttrykker engasjement for natur og miljø, og flere sier at formidling av destinasjonens sårbarheter er en

viktig del av turistaktivitetene på Svalbard. Uttalelsene i intervjuene forstås som en moralsk forpliktelse overfor dyr og naturmangfoldet.

5.4 Holdninger, normer og atferdskontroll

Holdninger

For å forstå informantenes holdning til å bruke isbjørn som attraksjon i turismen undersøkes deres oppfatning om konsekvensene av dyrelivsmøter. Fordelen med isbjørnopplevelsene er hvordan de påvirker mennesker. Positive følelser som informantene omtaler i forbindelse med å se isbjørn er blant annet euforisk, rørt, ydmyk og hellig. Samtlige informanter viser en genuin glede over å jobbe på Svalbard, under forutsetning at turistaktivitetene fungerer både for mennesker og dyr. Informant 6 sier:

«Møte med de ville dyrene som er her, tror jeg gir større respekt for natur og dyreliv. Og jeg tror at man tar det med seg videre i hvordan man møter resten av verden».

En annen informant føler seg *«heldig hvis jeg får sett en isbjørn»* (Informant 2), og en annen beskriver hvordan gjestene røres: *«Den nærmeste isbjørnen var 500 meter unna, så du fikk bare se en liten prikk på isen, og hun gråt når hun kom inn til Longyearbyen»* (Informant 9). Hvordan dyrelivet påvirker turistene kan likevel avhenge av hvordan de ser isbjørn. Informant 8 sier for eksempel: *«Er det på lang avstand, er det med kikkert eller er det sånn at du følte at du holdt på å bli spist»*. En informant viser også til turistenes ulike kulturelle bakgrunn som påvirker gjestenes tilnærming til dyrelivet. Noen turister har for eksempel kun sett ville dyr i dyrepark, og opplevelsen ved å se et dyr i sitt naturlige element oppfattes som en større opplevelse.

Samtidig har turismen potensial til å påvirke dyrelivet negativt. Informantene har egne, direkte erfaringer og observasjoner av hvordan isbjørn kan reagere, eller ikke reagere, på turfølger. For eksempel: *«Det er litt skremmende å se hvor avslappet bjørnen kunne bli på et så stort skip som kom så nærme»* (Informant 2). En annen oppfatning om negative konsekvenser for isbjørnen er sumvirkninger av turismen og klimaendringer: *«De blir mer utsatt, de er litt mer kjørt på land. Sommerstid da. Og det er ikke greit når det er så mye båter»* (Informant 6). Flere informanter trekker frem volumøkningen i turismen som en negativ konsekvens for dyrelivet. Til tross for en oppfatning om at enkelte isbjørnobservasjoner ikke nødvendigvis er skadelig, mener

informantene at den totale belastningen av turistaktiviteter vil gi negative konsekvenser. En informant sier: *«Kvantitet er jo ikke nødvendigvis kvalitet»* (Informant 8). Informant 3 mener at *«påvirkningen er liten til et visst nivå. På grunn av den totale belastningen, vil på en måte all påvirkning ha en konsekvens»*.

Videre hevder flere informanter at ukvalifiserte guider bidrar til økt belastning på dyrelivet, og da spesielt isbjørn. En informant sier at det *«ikke bare er gode og sertifiserte guider når det er så mange forskjellige selskaper»* (Informant 2). Informant 3 mener at *«rekruttering av ukvalifiserte guider tilfører et ekstra press om å se isbjørn»*. En annen informant hevder at *«alder har litt å si»* (Informant 8). Samtidig poengterer flere informanter at det er vanskelig å reise rundt på Svalbard med turister uten å havne i situasjoner hvor man forstyrrer dyrelivet:

«Det er jo der den største belastningen vår egentlig ligger, at dyret er så opptatt av oss og fokusert på oss at de kommer litt ut av sin naturlige jaktatferd» (Informant 9).

Forstyrrelsen oppstår ikke nødvendigvis fordi man har gjort noe feil, men i tråd med Higginbottom og Tribe (2004) distraherer turistfølgene dyrenes rytme bare ved å være til stede: *«Man havner i situasjoner, der man bare fordi man er der faktisk forstyrrer»* (Informant 8). Uavhengig av guidens intensjon om å oppleve eller ikke oppleve isbjørn, kan ferdsel medføre negative konsekvenser for dyrelivet (Burns, 2017). Guidene spiller dermed en viktig rolle for hvordan turismen påvirker dyrelivet. Flere av informantene mener at bransjen har et ansvar for å ansette kompetente guider som vet *«hvordan man nærmer seg dyr og hvordan man trekker seg unna»* og forlater stedet på en skånsom måte (Informant 6). Samtidig sier en informant at isbjørnen er et *«robust»* og *«tilpasningsdyktig»* dyr (Informant 9), noe som tilsier at den vil tolerere et visst samspill med mennesker. Ifølge Andersen (2020) er isbjørnens tilnærming til mennesker av nysgjerrig og tålmodig art. Arten er tilpasset et liv i et utfordrende naturmiljø, hvor det kan være langt mellom måltidene. Leveforholdene bidrar også til å fremprovosere uforutsigbare konfrontasjoner mellom mennesker og isbjørn. I prinsippet er det vanskelig å vite hvordan en isbjørn vil respondere på mennesker, og man må dermed alltid være på vakt (ibid).

Flere informanter mener at møte mellom mennesker og isbjørn er et møte mellom to pattedyr som bør kunne foregå på et visst nivå. Dette bidrar til at holdning til atferden kan variere i ulike sammenhenger (Heberlein, 2012). For eksempel kan man se isbjørn fra et stort skip med flere hundre eller tusen passasjerer, eller opplevelsen kan foregå i mindre grupper og fra små båter. Man kan se bjørnen på nært hold eller på avstand, og med eller uten kikkert/ teleskop. Flere

informanter sier at en del av deres motivasjon for å ha denne jobben er evnen til å påvirke gjestene på en positive måte: «*Få de til å åpne øynene for hele spekteret*» (Informant 6) og dele «*kunnskapen, opplevelsene, formidlingen og den lidenskapen du får for naturen*» med gjestene (Informant 4). Hvordan en turistaktivitet som ser isbjørn påvirker dyrene og deltakerne, synes dermed å være situasjonsbestemt og avhenger av hvordan guidene og turoperatørenes aktiviteter legger til rette for å se isbjørn. Informantene tolkes å ha en positiv holdning til isbjørnopplevelser i turismen når de foregår på en ansvarlig måte, til tross for at totalbelastningen fra turismen vil ha en negativ effekt.

Deskriptive normer

Tilnærmingen til isbjørn varierer mellom ulike turoperatører på Svalbard, men også hvordan de agerer i forhold til hverandre. For eksempel forteller en informant om et sted hvor «*alle sto virkelig i kø*» (Informant 6) for å se på isbjørn. Det kommer også frem av et intervju at turistgrupper kan rope til en isbjørn for å få den til å reise seg når de skal ta bilder. En annen informant beskriver at den ofte «*ser en ny båt som er enda nærmere*» isbjørnen (Informant 2). Flere informanter forteller at de små sjøbaserte aktørene gjerne seiler ut og legger båten ved isen og venter på dyr som kan komme forbi. En annen informant forteller om turistgrupper som «*kjør mange ganger til Østkysten*» for å se isbjørn (Informant 8). Informanten forteller at fokuset på isbjørn særlig utviklet seg rundt år 2007 og 2008, da tilsynelatende to hendelser sammenfalt: Den ene var en representant fra myndighetene som uttalte seg i media om større sannsynlighet for å se isbjørn på Østkysten. Denne uttalelsen i kombinasjon med volumøkning i turismen mener informanten var medvirkende årsaker til at «*Østkystenturene tok helt av*» (Informant 8). Dette er en interessant uttalelse da høystatus ledere ifølge Heywood og Aas (1999) og Heberlein (2012) trekkes frem som en innvirkende faktor i forbindelse med utvikling av sosiale normer.

En informant forteller også om ulik kultur under isbjørnobservasjoner. Usertifiserte guider «*plasserer seg sånn at de får en best mulig opplevelse*» (Informant 2), mens sertifiserte guider i større grad tar hensyn til hverandre og holder større avstand til dyrelivet. En velkjent praksis på båt er å rullere på isbjørnvakter, hvor man står med kikkert og speider etter isbjørn og annet dyreliv. Flere informanter forteller om skiftordninger der de har «*isbjørnvakt*» (Informant 3). Noen turoperatører har i større grad fleksibelt tidsskjema og tålmodighet, «*vi har jo aldri en sånn, dag etter dag plan*» (Informant 9). En karakteristikk ved mindre turfølger er at alle gjestene sammen, i større grad får ta del i den samme opplevelsen gjennom hele turen. I

motsetning vil større grupper deles opp i mindre enheter, hvor deltakerne er opptatt av at gruppene skal få mulighet til de samme opplevelsene. Dette kan i noen tilfeller være vanskelig da guidene kan ha ulik kompetanse, samt at vær og dyreliv ikke er statisk og kan endre seg på kort tid.

Et fortrinn som trekkes frem med mindre turfølger er at de raskere kan trekke seg unna dyrelivet når det er nødvendig. Små grupper tolkes også som mindre støyende enn en stor gruppe eller flere små på samme sted. Med færre turister blir det også lettere for guiden å håndtere gjester som stikker seg ut i fra gruppen generelt. Informant 8 forklarer:

«Når du er ute ... med et lite antall mennesker ..., så har du et større slingringsmonn fordi ..., du er en mindre gruppe, du har en større fleksibilitet i både hvor raskt du beveger deg og hvor du beveger deg».

En annen informant beskriver et annet press hos store turoperatører der de har kortere tidsskjema, i noen tilfeller isbjørngaranti, samt mange gjester som skal rulleres gjennom ilandstigninger og andre aktiviteter som zodiac cruise: *«12 zodiaker på samme tid [og] du må ta to runder for å få med alle passasjerene»* (Informant 3).

To informanter forteller om hvordan guider kan ta med seg tankesett fra andre isbjørn-destinasjoner til Svalbard: *«Vi ser forskjell når vi har hatt guider fra Nord-Amerika»* (Informant 2), da det på denne destinasjonen, i motsetning til Svalbard, eksisterer isbjørnsafari. Disse guidene kan ha en annen oppfatning og holdning om hva som er akseptert atferd overfor isbjørn, basert på sin erfaring fra den andre destinasjonen. Et eksempel fra Canada: *«Det er fem bjørner på stranden og de går på land allikevel»* (Informant 3). Erfaringen kan medføre at når de kommer til Svalbard og ikke er en del av det lokale miljøet, vil de stå i fare for å handle uvitende om den sosiale normen, og i henhold til det de tror er akseptert atferd, basert på erfaring fra andre steder. Guider som ikke er trygge på den sosiale normen vil imidlertid kunne se til andre for å få informasjon om hvordan man bør oppføre seg (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). Atferden de adopterer vil da avhenge hvilke andre aktører de ser og *«uvitenhet kan ødelegge mye»* (Informant 1).

Deskriptive normer er synlig i form av alminnelig oppførsel i sosiale og offentlige sammenhenger (Heberlein, 2012). På Svalbard vil de deskriptive isbjørnnormene bestå av

andres oppførsel overfor isbjørn. I denne sammenhengen er det verdt å merke seg at det man observerer ikke nødvendigvis er andre turistgruppers oppførsel. Ifølge forskrift om turisme mv. på Svalbard (1991), kan den man observerer være «turoperatører» (herunder guider), forskere, «individuelle reisende» og «fastboende på Svalbard» (§ 3). Ut ifra intervjuene tyder det likevel på at turismens atferd i møte med isbjørn varierer og inneholder motstridende normer omkring isbjørn som attraksjon. Ulike normer kan forstås på bakgrunn av sesongbetont turisme og forskjellige sosiale miljøer som en guide relaterer seg til, samt hvem sin oppførsel man observerer (Manfredo, 2008).

Oppfatning om normer

Samtlige informanter forteller at det omtrent på enhver tur forekommer forventninger om å se isbjørn. Oppfatning om normer stimulerer likevel til oppførsel som holder seg innenfor rammene: «*Det er litt sånn selvjustis at man oppfører seg ... sånn at det skal tåle å bli sett*» (Informant 6). En annen informant sier følgende om de lokale turistaktørene: «*Alle føyer seg etter de formelle reglene*» (Informant 8). Informant 3 påpeker derimot at man ombord i en båt er i et «*lukket miljø*» langt borte fra samfunnet, noe som skaper en spesiell sosial sammenheng. Da normer er knyttet til sosiale miljø (Manfredo, 2008) kan ulike regler eksistere basert på om man er i det sosiale miljøet rundt Longyearbyen og Isfjorden eller om man er langt utenfor bosetningene.

En informant beskriver at «*hvilepulsen kommer etter at man har sett isbjørn*» (Informant 6). Flere informanter forventer kommentarer fra turistene dersom man ikke ser isbjørn på en tur og kjenner et stort press dersom det på en flerdagers tur ikke har vært isbjørnobservasjoner. I motsetning til dette er det andre informanter som opplever at presset reduseres på overnattingsturer, da guiden får med tid sammen med gjestene og lærer dem å kjenne: «*Har man en to eller tredagers tur så får du en slags følelse av at dere er på tur sammen, og ikke at du tar med folk på tur*» (Informant 2). Informant 8 sier: «*Et sånt jag som er blitt introdusert, synes jeg forsvinner i større grad på overnattingsturene. Da er det mer naturen som gir meg et jag*». For eksempel ved at dårlig vær er på vei inn og man må komme seg tidsnok tilbake til byen, eller hvis gjestene blir slitne og kalde og opplever vansker med å fullføre (snøscooter)turen.

Samtidig er det en forventning om å «*levere de produktene vi reklamerer for*» (Informant 2). Informant 3 trekker frem at markedsavdelingen «*vil selge det de kan*» (Informant 3), men kjenner ikke alltid godt nok til verken forholdene eller regelverket på Svalbard. Noen

informanter forteller også om oppdragsgiveres tilnærming til isbjørn, med for eksempel isbjørngaranti, som legger et sosialt press på guidene om at turistene skal se få se dyr. Flere informanter sier at bilder gir en oppfatning om at man kan komme nært på dyrelivet. Med moderne utstyr og mange dyktige fotografer, kan man få «*vanvittig bra bilder selv på god avstand*» (Informant 2). Dette kan imidlertid skape turistforventninger som er utfordrende å etterleve i praksis.

Informantene beskriver videre en oppfatning om negative sanksjoner som bot, ødelagt rykte og vanskeligheter med å få jobb, dersom man lar en isbjørnsituasjon gå utover normen for ansvarlige dyrelivsmøter. «*Det er jo generelt veldig lav aksept for å forstyrre dyreliv*» (Informant 8), og en av informantene forteller om frykt for å komme i en situasjon hvor den må felle en bjørn. I et intervju beskrives at mange «*er redd for å komme hjem med for bra bilder, med for bra opplevelser*» (Informant 6), fordi andre vil tro at man har krysset grensen for akseptable isbjørnopplevelser. Informant 2 uttrykker følgende om å komme i en uheldig situasjon: «*I disse tidene med sosiale medier, så hadde det kanskje sett dumt ut*». Uroen for å ufrivillig ende opp som innhold i sosiale medier er for eksempel at hendelser skal fremstilles unyansert, og uten formidlerens tilstrekkelige kunnskap om situasjonens realitet. Informantene mener en slik situasjon kan føre til et uheldig omdømme for turismen. Om en hendelse der en isbjørn ble felt, forteller Informant 9 at «*det var jo store personligheter som la ut ting på Twitter*». Denne situasjonen kan også sees i sammenheng med hvordan høystatus personer kan fungere som påvirkningskraft for utvikling av interne normer (Heberlein, 2012; Heywood & Aas, 1999).

I tillegg ansees generelt sett tilbakemeldinger på for eksempel TripAdvisor som viktig i relasjon til markedsføring av destinasjonen og aktørene. Slike publikasjoner kan føre til ringvirkninger både på individuelt- og bransjenivå, og bidrar til guidenes oppfatning om normer. Informant 4 forteller for eksempel at «*tilbakemeldinger på sosiale medier som TripAdvisor påvirker guidens følelse av om den gjør en god jobb eller ikke*». Samtidig trekker flere informanter frem positive oppfatninger rundt å dele innhold i sosiale medier, med tanke på å inspirere både nye og tidligere gjester til å reise til Svalbard.

Sosiale normer kan bunne i tradisjoner og sedvane. Slike normer kommer spesielt til syne på Svalbard, hvor mange aktører har vært lenge på destinasjonen. De lokale aktørene «*har en innarbeidet måte å tenke på og gjøre ting på*» (Informant 8). «*Alle kjenner alle, man har en*

sikkerhetskultur, det er en del taus kunnskap» (Informant 1). Utfordringen knyttet til bransjen fremstår imidlertid å være at denne kulturen ikke eksisterer hos alle aktører. En informant forteller at det er flere aktører som tilbyr Svalbard og fremstår på lik linje med de lokale aktørene, uten den samme tause kunnskapen. Normene hos denne delen av bransjen synes i større grad å være målrettet (Manfredo, 2008) og kan sees i sammenheng med utsagn som: *«Se til de store turoperatørene, der er mye større trykk på inntjening»* (Informant 6) og *«det er et mye større press på skipene enn på de landbaserte aktivitetene»* (Informant 3).

Interne sanksjoner

Den personlige ansvarsfølelsen som beskrives i kap. 5.3 synes å utgjøre informantenes verdigrunnlag og personlige normer. Fra intervjuene tolkes et generelt ønske i guidebransjen om kunne vise frem dyreliv til sine gjester. Isbjørn spesielt, på grunn av dens ikonstatus. Flere informanter uttrykker samtidig at de med erfaring ikke lar seg stresse over forventningene om å se isbjørn *«min egen puls gikk ikke opp av den grunn»* (Informant 8) og *«jo mer erfaring jeg får, jo mindre bryr jeg meg egentlig om de forventningene»* (Informant 2). En informant uttaler også: *«Jeg har aldri opplevd noen situasjon eller guider som har latt en situasjon skli ut fordi at det har vært press fra gjestene»* (Informant 6).

Interne sanksjoner som eksempelvis skyldfølelse kan samtidig oppstå i ulike situasjoner. Informantene sier at forstyrrelse av dyreliv blant annet medfører at *«du får en dårlig samvittighet»* (Informant 9), *«jeg blir lei meg»* (Informant 8) og *«jeg blir dårlig»* (Informant 6). Flere beskriver imidlertid at årsaken til forstyrrelsen avgjør hvordan de håndterer tilfellet. For eksempel at personen i etterkant forsto at den egentlig var litt *«rask på labben»*, eller at den *«ikke tenkte langt nok frem»* (Informant 8). Sett i ettertid kunne situasjonen vært unngått. Informant 9 beskriver utilsiktede hendelser slik:

«Kunne ikke gjøre noe med den situasjonen der, det skjedde det som skjedde, men jeg tror det er viktig at en i hvert fall føler på det, og at det var dumt. At en ikke på en måte da umiddelbart går videre og jakter på neste offer».

Det fremstår tilsynelatende enkelt å trå feil når man ferdes på Svalbard. I den sammenheng sier en informant at det er *«høy aksept for at av og til så skjer det uten at du har ment å gjøre det»* (Informant 8). Informant 2 uttrykker også at det eksisterer en *«alle kan gjøre feil holdning»*. Flere påpeker imidlertid at alvorlighetsgraden og forløpet til hendelsen vil påvirke hvordan man

håndterer situasjonen. Både interne og sosiale sanksjoner vil for eksempel avhenge av om uhellet var forårsaket av en dårlig beslutning eller om det var et tilfeldig situasjon som ikke kunne unngås, med mindre man hadde holdt seg hjemme.

Sosiale sanksjoner

Det eksterne normterrenget i turismen på Svalbard synes å være innholdsrikt. Dersom man avviker fra sosial norm sanksjoneres atferden eksternt, i uformell form. Sanksjoner kan forekomme muntlig, i form av tilsnakk, kroppsspråk og fysisk handling som filming, samt at man kan bli beryktet i miljøet og innrapportert til myndighetene. Eksempel på en sosial sanksjon er når andre holder tilbake informasjon overfor den personen som bryter normen. En uakseptert atferd som nevnes i intervjuene er når en person legger ut bilde av isbjørn i sosiale medier og skriver hvor den befinner seg: «*[Den] fikk aldri vite hvor det var bjørn, fordi guidene ville ikke at [den] skulle legge det ut på Facebook*» (Informant 8). Informantene beskriver videre hvordan de er selektive på hvilken informasjon de deler med andre. Det er en sosial sanksjon å holde tilbake opplysninger med mindre de kjenner til guiden de møter og stoler på dens erfaring, atferd og moral. Informant 3 sier: «*Hvis jeg vet at det er «isbjørnjegere» bak meg ... så nevner jeg ikke noe*». Med flere aktører på destinasjonen, lavere gjennomsnittsalder og fartstid hos guidene, uttaler en informant at den sjeldnere stopper og snakker med andre turfølger da den «*ikke kjenner deres grenser*» (Informant 8). Er det noen turfølger som ikke ferdes på en akseptert måte hender det at «*guidene står og rister på hodet*» over situasjonen (Informant 2) eller som en annen informant beskriver «*da ba vi de om å holde stilt og flytte seg lenger bort*» (Informant 9).

Dersom et guidet følge oppfører seg uvørent overfor isbjørn eller skremmer den, beskriver flere guider at hendelsen trolig vil bli filmet. Informant 2 sier: «*Noen hadde klart å filme deg ganske bra*». Informant 6 uttaler: «*Har du en guide med en gruppe her, og en der, og den gruppen gjør noe feil, så kan du være sikker på at den [andre] gruppen har filmet det og legger ut*». I tillegg trekker en informant frem erfaring om negativ respons på generell markedsføring og innholdsproduksjon i sosiale medier. Tilbakemeldingene går ut på bruken av dyreliv i turismen og aktørens tilstedeværelse på Svalbard. Utsagn kan for eksempel være «*la området være i fred*» og «*vi har jo sette dette på Hurtigruten minutt for minutt*» (Informant 9). Dersom en aktør i den lokale reiselivsnæringen derimot bruker isbjørn i reklame sier informant 8 at «*vi hadde en eller annen samtale*» med de andre i bransjen for å prøve å forbedre praksisen for markedsføring. De lokale aktørene synes enda å være varsom med å bruke isbjørn i reklame, se

for eksempel Visit Svalbard (u.å), ««Isbjørnsafari» finnes ikke». Til tross for sosiale sanksjoner eksisterer likevel markedsføring og innhold i digitale kanaler som er utenfor de lokale turoperatørenes og bro-organisasjonenes kontroll.

Flere informanter forteller også at turister stiller spørsmål ved hvorfor de ikke kan dra nærmere isbjørn når de ser at andre grupper gjør det. Guidene må da forsvare egne standarder, samt at informant 2 sier: «*Å prate negativt om et annet selskap faller i hvert fall de erfarne guidene veldig vondt*». Denne atferden tolkes som en kommersiell ansvarsfølelse for å ivareta destinasjonens omdømme. Informanten forteller også følgende:

«Så lenge man er i den gruppa som plutselig kommer nærme så syns man det er gøy og står man i en gruppe på avstand og følger med og ser den oppførselen så er det litt sånn forakt».

Turistene sanksjonerer i tillegg hverandre. Dersom gjestene synes andre i reisefølget har upassende oppførsel og krav om å se isbjørn, kommenteres gjerne «*det er ikke dyrehage dette*» (Informant 8). Dynamikken i et turfølge kan dermed påvirkes både av ulike gjester i gruppen og av andre turistgruppers oppførsel, sett opp mot hvilken opplevelser man selv har hatt.

Formelle sanksjoner

Det kommer frem av intervju at forvaltningens tilnærming til turismen i stor grad består av «forebyggende» arbeid med «informasjon og oppsyn» (Informant 1). Samarbeidet med bransjen foregår hovedsakelig gjennom bro-organisasjonene og Longyearbyen Lokalstyre⁵, hvor de tre partene har dialog for å finne felles løsninger. Mengden enkelthendelser som innrapporteres vitner likevel om utfordringer rundt atferd overfor dyreliv, da problemet synes å være større enn en enkelt aktør. Selv om det på Svalbard både er generelt lav aksept for å skremme isbjørn og samtidig rom for å begå menneskelige feil, opplever noen at «*folk skuler mye mer på hverandre*» (Informant 9). Det synes å være en voksende skepsis til hvordan man oppfører seg rundt isbjørn. Informant 4 sier at «*samfunnet blitt litt slik at vi får høre om det ganske fort*», og ut ifra intervjuene kommer det frem at terskelen for å rapportere inn uønsket atferd til Sysselmannen er lav. Formelle sanksjoner som bot for brudd på isbjørnbestemmelsen ser likevel ut til å forekomme sjeldent, da det kun er ett tilfelle som omtales av informantene.

⁵ Longyearbyen lokalstyre er det folkevalgte organet på Svalbard som tilsvarer kommunenes funksjon på fastlandet i Norge. Se lokalstyre (u.å).

Konsekvensen av uvøren atferd overfor isbjørn på vinterstid sanksjoneres heller i form av generelt strengere regelverk. Sanksjonene rammer turismen i sin helhet, også kjent som «*kollektiv straff*» (Informant 4), gjennom strukturelle virkemiddel som for eksempel forbud om motorisert ferdsel på sjøis. (Heberlein, 2012, s. 6). Det kan imidlertid stilles spørsmål til om denne trenden med å innrapportere enkelthendelser til Sysselmannen betyr at den forebyggende tilnærmingen ikke fungerer like godt som tenkt.

Informantene argumenterer for at regelverket strammes inn dersom turismen ikke utøver selvjustis i sitt ønske om å se isbjørn. Argumentet kan sees i lys av Bugge (2019). For at lovverket skal fungere fordrer det at folk forstår det og følger det. Samtidig utgjør etiske normer ofte grunnlaget for sentrale rettsregler, mens de på en annen side påvirker allmenne oppfatninger om moralske standarder i form av hva som er rett og galt (ibid). Informant 8 sier at «*det er jo ikke sånn at hvis man hadde fjernet dette regelverket, så hadde det endret min måte å se isbjørn på*». Dersom regelverkets bestemmelser er distansert fra samfunnets etiske normer mister disse formelle normene avgjørende legitimitet, og når de sammenfaller vil de respekteres i større grad (Bugge, 2019).

Atferdskontroll

Blant informantene synes det å både være intensjoner om å oppleve isbjørn, samtidig som flere sier at det aldri er på agendaen å finne isbjørn. En årsak er at «*å finne en bjørn er skikkelig vanskelig*» (Informant 3), noe som kan redusere personens oppfatning om gjennomføringsevne (Ajzen, 1991; Z. Miller, 2017). Informantene mener at turistene som regel forstår hva de kan forvente med tanke på isbjørnopplevelser. Flere sier at de evner å justere gjestenes oppfatninger til et realistisk nivå ved å ha en forventningsavklaring sammen med dem før de drar ut på tur: «*Vi har alltid en presentasjon i forkant*» (Informant 9). Informant 6 forteller: «*Hvis guiden har lagt føringer for hvordan man møter dyrelivet, så vil gjestene følge det*». Dette medfører opplevd mestring av guiderollen og kan fremme en guides atferdskontroll (Ajzen, 1991; Z. Miller, 2017). Informantene mener at mange turister er innforstått med at de ikke er garantert å se isbjørn og resultatet er at de generelt sett aksepterer at de ikke får se dyreliv. En informant forteller at de av og til viser sympati med guiden når turen begrenses av ulike årsaker, for eksempel dårlige værforhold. De positive følelsene som oppstår når et turfølge ser isbjørn forsterkes imidlertid på grunn av denne bevisstheten.

Informantene forteller om bestemte egenskaper ved turistene som kan tolkes som hinder for atferdskontroll. For eksempel turistenes «*fysiske kapasitet*» til å gjennomføre turen (Informant 8), «*kulturkrasj i hva vi forventer av naturopplevelsen*» (Informant 2), «*gjester med sterke meninger*» (Informant 6). Informant 9 beskriver: «*Ekspedisjonsledelsen, altså guidene, har veldig mye å si. Det å kunne kommunisere*». Reisendes forutsetninger tolkes til å påvirke guidens oppfatning om evne til å gjennomføre turen (Ajzen, 1991; Z. Miller, 2017), og dermed dens mulighet til å håndtere gruppen i eventuelle isbjørnsituasjoner. Flere informanter sier at noen gjester er tydelig på de kun er på Svalbard «*bare for bjørnen*» (Informant 8), og innstillingen er i noen tilfeller umulig å påvirke: «*Du klarer ikke å få de engasjert*» (Informant 4). På bakgrunn av sin erfaring har guidene likevel en rekke verktøy de kan bruke for ikke å komme i en vanskelig situasjon, for eksempel «*å ta ut ekstra distanse*» (Informant 2), «*unngå disse andre gruppene i større grad*» (Informant 8). En informant beskriver: «*Det ligger fire båter der inne, da går vi ikke inn i den fjorden i det hele tatt. Selv om man mistenker at det er bjørn der*» (Informant 6).

Informanten forklarer at man som guide må være på hugget og i forkant om å planlegge hvordan man skal håndtere pressede situasjoner. Dynamikken i et turfølge tydeliggjør viktighetens av at guidens rolle er fokusert og at isbjørnnormene er aktivert (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). «*Med en litt svak guide eller en guide som har en dårlig dag, da faller hele gruppedynamikken sammen og det er vanskelig å ta inn igjen*» (Informant 6). Slike hendelser lager uro i gruppen og virker demotiverende på guiden, eksempelvis ved at «*jeg føler ikke jeg har gjort en god jobb*» (Informant 4). Ifølge Dybsand (2020) betyr mestring av guiderollen mye for tilbakemeldingene som turistene gir i sosiale media som TripAdvisor. Mestring av guiderollen forstås dermed som en viktig ressurs for atferdskontroll samtidig som den kan påvirke holdninger til en atferd.

Samarbeid med andre anses som et annet viktig forhold for å fremme en guides opplevde atferdskontroll (Ajzen, 1991). På Svalbard kommer dette kommer tydelig frem i form av samarbeid mellom guidene i felt. Informantene sier at de «*oppdaterer hverandre*» (Informant 6) med informasjon som kan hjelpe de andre guidene. For eksempel: «*Har du sett noe bjørn?*» (Informant 8), eller «*vi har en isbjørn her, så hvis dere ønsker så kan dere gjerne komme litt nærmere så kan dere få se*» (Informant 9). Informant 3 sier:

«Hvis du vet at kompisen din er i turfølge bak så sier du i fra. Du vet at de har det samme problemet som deg, så du forsøker å lette presset».

Deretter er det i guiden(es) beslutningskontroll om den eller de (når et er flere guider på turen), vil oppsøke eller unngå isbjørnsituasjonen.

Samarbeid mellom guidene kommer også til syne i form av erfaringsutveksling når de er tilbake fra tur, i uformelle diskusjoner på puben som omhandler ulike hendelser de har kommet over eller vært involvert i. Et dilemma som flere informanter opplever som utfordrende er imidlertid uvitenhet om hvordan og på hvilken avstand en isbjørn vil reagere på turfølget. Det er jo ikke slik at alle isbjørnobservasjoner fører til at dyret forstyrres, men uvitenhet om isbjørnens reaksjon gjør det vanskelig å vite hvor nærme et dyr man kan gå før det ikke er greit og hendelsen medfører sanksjoner. Informant 9 forklarer:

«Regelverket som er i dag er veldig vanskelig å forholde seg til egentlig, fordi det blir subjektivt uansett hvordan man vrir og vender på det, og òg i fra forvaltningens side».

Svalbardmiljøloven (2001) oppgir ingen avstandsbegrensning til isbjørn, men lovverket krever tilstrekkelig kompetanse. Interesseorganisasjonen AECO (u.å.) har på en annen side en egen tilleggsbestemmelse om avstand til isbjørn, hvor ekspedisjonsfartøy forbys å nærme seg dyr på under 200 meters hold. En informant hevder at avstandsbegrensning også kan forstås som en avstandstillatelse, noe som i henhold til teorien om planlagt atferd kan påvirke guidenes atferdskontroll (Ajzen, 1991; Z. Miller, 2017). Informanten eksemplifiserer med å fortelle om en isbjørn som reagerer på 300 meter, og forklarer utfordringen på denne måten: *«Når du ikke er klar over at dyr reagerer ulik måte, og visst du ikke kan lese reaksjonen til dyr, så er sånne retningslinjer [mer] til skade enn til nytte»*. På bakgrunn av dette utsagnet tolkes en avstandsgrense mot dyreliv å potensielt kunne gi guiden falsk trygghet om atferdskontroll, dersom tilstrekkelig kunnskap om dyrelivets atferd ikke ligger til grunn for dens handlinger. Informant 8 sier: *«Jeg har kanskje ikke en opplevelse av at de ... engang [fanger opp] at de har [gjort en feil]»*.

Møte med forvaltningen i felt trekkes frem av flere informanter, og kan forstås både som ressurs og hinder for atferdskontroll. En informant sier: *«De er ofte veldig hyggelige de feltlagene vi møter på»* (Informant 2). I motsetning sier andre informanter: *«Noen guider er redd for å*

komme i kontakt med dem» (Informant 3) og *«når myndighetene kom ombord så ble de veldig usikre»* (Informant 6). I flere intervju kommer det frem at myndighetene før hver vintersesong arrangerer et informasjonsmøte, Sysselmannens time, som *«er tenkt å knytte sammen relevant og oppdatert informasjon til guider og ekspedisjonsansatte som skal ha ansvaret for andre i felt»* (Informant 1). I tillegg forteller en informant om tverrfaglig samarbeid mellom beredskapstroppen og lokale guider, noe som kan forstås som en ressurs for guidens trygghet og atferdskontroll. Dette kan være aktiviteter som sikkerhetsøvelser på bre, redningsøvelser med helikopter og omvisning på sysselmannsbåten. Informant 2 sier:

«De inviterer oss med på Polarsyssel, tar oss med ut, viser oss hva de driver med og hvordan de holder på i naturen og hva de jobber med».

Samarbeidet foregår i vintersesongen og det er *«fysisk deltakelse»* i Longyearbyen (Informant 1). Fysisk deltakelse gjør det vanskelig å nå ut til alle guidene i turistbransjen på Svalbard. Mange har ikke anledning til å delta siden de ikke oppholder seg på Svalbard på fast basis, og de leder gjerne turer hvor de kun har et kort stopp i Longyearbyen i forbindelse med forberedelser og opphenting av gjester. Informant 1 forteller imidlertid om pågående arbeid hvor AECO jobber med *«å skape en regelverksforståelse»* hos sine medlemmer generelt, hvor alle som er med turistene i felt skal få opplæring. Dette tolkes som et positivt tiltak med tanke på den deskriptive normen og uformelle sanksjoner som nevnt tidligere.

Lovverket forstås også som en ressurs for en guides opplevde atferdskontroll når det gjelder å opptre hensynsfullt overfor dyrelivet: *«Man har alltid et sett med regler å lene seg på»* (Informant 6). Flere informanter forteller at guidene verdsetter forvaltningens forbud mot motorisert ferdsel på sjøisen, fordi det letter det sosiale presset om å se isbjørn: *«Jeg synes det har vært bra med de ferdselssonene som vi har etablert»* (Informant 2) og *«mange guider var kjempeglade, men turoperatørene hater det»* (Informant 3). I de tilfeller regelverket begrenser isbjørnopplevelser, for eksempel på grunn av ferdselsforbud, mener en informant imidlertid at det er i guidens handlingsrom og kreative muligheter til likevel å kunne gi en form for dyrelivsopplevelser som gjestene verdsetter: *«Det er litt kreativiteten til guiden som setter grensen og ikke nødvendigvis de få sonene som har blitt etablert»* (Informant 2).

Ifølge Ajzen (1991) kan opplevelse av atferdskontroll legge føringer for aktivitetsvalg, forberedelser og innsats i forbindelse med aktiviteten, samt tankesett og følelser som foregår på

en tur. Som vi har sett over, forteller flere av informantene om slike tiltak blant annet ved å planlegge hvordan man skal håndtere og respondere på press om å nærme seg isbjørn, samt hvordan de velger å unngå situasjoner som kan øke dette presset. Samtidig som erfaring reduserer angst for sosialt press om å se isbjørn, kommer det frem at flere velger bort arbeidsgivere på bakgrunn av oppførsel som ansatte fra disse selskapene har vist i felt: *«Jeg har sett sånne irriterende ting i felt og jeg vil ikke bli assosiert med det navnet»* (Informant 2).

Flere informanter sier også at de velger bort bestemt typer aktiviteter, da deres holdning og personlige norm om ansvarlige isbjørnopplevelser overgår økonomiske motiv: *«Jeg er ikke interessert fordi jeg vet hvordan presset blir»* (Informant 3). Informant 9 beskriver:

«Vi hadde en kjempesuksess sånn kontomessig, men vi så at sikkerhetsmessig, og i forhold til Svalbards miljøvernlov, og i forhold til vårt renommé i Longyearbyen, så var ikke dette noe vi ville drive med».

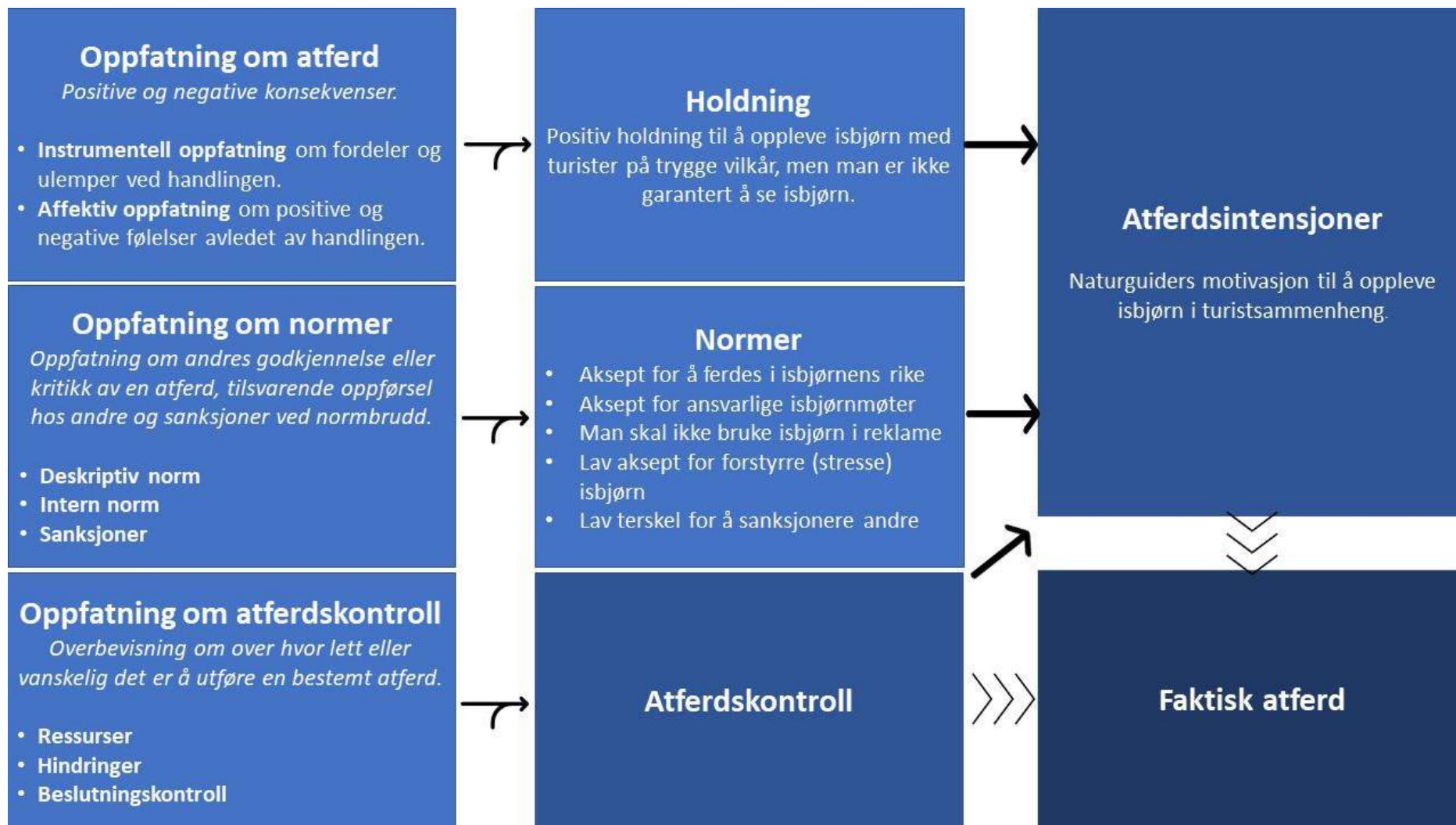
Når en bestemt atferd ikke samsvarer med eget verdigrunnlag så ønsker ikke informantene å bli assosiert med den aktuelle aktøren eller aktiviteten. Guiden har beslutningskontroll og kan dermed skjerme seg selv mot et kommersielt press med tanke på å bruke isbjørn som attraksjon i turistsammenheng. Oppførsel på bakgrunn av urealistisk atferdskontroll forklares på Svalbard med høy risikoaksept, de *«har ikke noe å tape på det»* (Informant 2), mens en annen informant mener at mange ikke oppfatter at de har brutt normen. Avslutningsvis trekkes tiltro til teknologi frem som en ressurs for opplevd atferdskontroll. Informant 8 beskriver:

«Mennesker har jo en overdreven tro på teknologi, at vi bare kan kjøre vår vei eller skyte den, eller ringe til noen eller ... det er alltid teknologi inne i dette her».

Dette er elementer som i ulik grad kan stimulere og hindre en guides opplevd atferdskontroll. I den grad oppfattet atferdskontroll er realistisk, vil den imidlertid kunne gjenspeiles i ansvarlige isbjørnmøter i turistsammenheng (Ajzen, 1991).

Oppfatning om atferd	Oppfatning om normer	Oppfatning om atferdskontroll
Instrumentell overbevisning + Verdifulle isbjørnoplevelser + Levebrød og livsstil + Fornøye gjester + Mulighet til å påvirke turistenes perspektiv på natur og dyreliv - Potensielt farlig situasjon for mennesker og dyr - Negative konsekvenser for dyr og levemiljø - Negative konsekvenser (sanksjoner fra turistene) for seg selv og arbeidsgiver Affektiv overbevisning + Positive følelser som euforisk, rørt, ydmyk, hellig, gøy, spenning - Negative følelser som stress, usikkerhet, frykt, irritasjon	Interne sanksjoner + Tilfredshet, selvtillit, stolthet, lettet, mestring - Dårlig samvittighet og mistillit til andre Sosiale sanksjoner - Muntlig irettesettelse - Tilbakeholdelse av informasjon fra andre - Negativ oppmerksomhet i sosiale medier - Dårlig rykte og tap av jobbmuligheter Formelle sanksjoner - Innrapportering til Sysselmannen - Strengere regelverk - Bot	Ressurser + Evne til å justere turistforventninger + Mestring av guiderollen + Samarbeid + Møte med forvaltningen + Lover og regler + Samarbeid + Teknologi Hindringer - Isbjørnen er vanskelig å finne - Kan ikke forutsi isbjørnens reaksjoner - Værforhold og dyreliv utenfor enhvers kontroll - Reisendes forutsetninger for å gjennomføre tur - Kommersielt/ sosialt press - Møte med forvaltningen Beslutningskontroll + Kan velge bort turistaktiviteter og oppdragsgivere + Mulighet for å planlegge håndtering av situasjoner + Kan velge å unngå eller oppsøke potensielle isbjørnsituasjoner som man har fått informasjon om

Figur 3: Oppfatninger basert på TPB (Ajzen, 1985; Miller, 2017).



Figur 4: Holdninger, normer og atferdskontroll basert på TPB (Ajzen, 1985; Miller, 2017).

6. Diskusjon og konklusjon

6.1 Heterogen turistbransje

Isbjørnen er en viktig attraksjon for turistene på Svalbard, selv om destinasjonen på grunn av sitt regelverk i utgangspunktet ikke aktivt inviterer til isbjørnturisme (Lemelin & Dyck, 2008). Mange turoperatører fremstår ansvarlige og er bevisst sin påvirkning på natur og dyreliv. De har stor ansvarsfølelse overfor vilt, sikkerhet og gjester. Reiselivsbransjen fremstår imidlertid variert og fragmentert, bestående av aktører som i varierende grad er både ansvarlig og uansvarlig ute i naturen. De ansvarlige aktørene karakteriseres ofte med egenskaper som lang erfaring, større grad av sertifiserte guider og innarbeidet sikkerhetskultur. Aktørene er tettere knyttet til reisemålet og besitter mer lokal kunnskap. I motsetning til disse fremstilles turoperatører som har mindre svalbarderfaring og manglende lokal tilknytning. De hevdes å ha svakere kompetanse og en annen sikkerhetskultur, samt større volum av gjester og gjerne mindre tid til rådighet under turistaktivitetene. Dette kan medføre et høyere kommersielt press. Omtrent 50% av totalt antall turoperatører er organisert i interesseorganisasjonen AECO eller destinasjonsselskapet Visit Svalbard. Fellesnevneren for alle at de operer og selger turistaktiviteter på samme reisemål, med Sysselmannen på Svalbard som den lokale myndigheten som setter rammene for hvordan de kan operere.

Naturguidenes rolle

I guidemiljøet oppgis det å være tydelige uformelle normer, og generelt har naturguidene på destinasjonen et ønske om å opptre ansvarlig overfor isbjørn. Naturbasert reiseliv, herunder viltturisme, er et levebrød og livsstil, tuftet på verdigrunnlag og ønsker om å påvirke turistenes holdninger og atferd til natur- og dyreliv. Informantene hevder at de føler seg forpliktet til å opptre på en måte som fungerer både på kort (en vellykket turistaktivitet) og lang sikt (bærekraftperspektivet). Samspillet med naturen skal fungere både for mennesker og vilt. Guidene på Svalbard fremstår generelt som pliktoppfyllende og det eksisterer internjustis, samtidig som det også gis eksempler på unntak. Da mange er eksterne fra det lokale guidemiljøet, kan det tenkes at disse personene ikke kjenner til og dermed ikke påvirkes av de uformelle normene. Den som fraviker fra normen kan ha mindre bevissthet om konsekvenser av egen atferd eller den kan fraskrive seg ansvar for egne handlinger (Heberlein, 2012).

Når det eksisterer et press om å se isbjørn kan ansvarsfraskrivelse blant annet sees i sammenheng med at andre har solgt inn turen, eller at guiden oppfatter en bestemt atferd som akseptert fordi turen er markedsført på en viss måte (ibid). Selv om turistenes forventninger til å se isbjørn varierer, opplever guidene samtidig at høye forventninger til en viss grad kan modereres. Dette avhenger type turistaktivitet og om det er landbasert eller sjøbasert reise. Det fremstår som om aksepten for å forstyrre dyreliv er lav, og det er lite rom for å strekke regler og retningslinjer. Samtidig eksisterer en felles forståelse for at «alle kan gjøre feil».

Isbjørnbestemmelsens begrensning for turismen

Formelle normer setter begrensninger for viltturisme generelt, og isbjørnturisme spesielt. Ved å tilby turistopplevelser som involverer dyreliv på Svalbard, kan man komme i situasjoner som er i strid med svalbardmiljølovens bestemmelse om isbjørn (2001, § 30), både dens direkte ordlyd og dens målsetting. Det er tillatt å ferdes på Svalbard under forutsetning av at de påkrevde sikkerhetstiltakene og lovfestede forholdene ivaretas i all virksomhet (forskrift om turisme mv. på Svalbard, 1991; svalbardmiljøloven, 2001). I henhold til retningslinjer og regelverket eksisterer krav om sikkerhet for mennesker, natur og dyreliv, krav til kompetanse i turistbedriftene, samt en rekke anbefalinger om atferd i møte med isbjørn (Norsk Polarinstitut, 2019; Sysselmannen på Svalbard, u.å.).

Avgjørende for isbjørnbestemmelsens virkning er derimot hvordan man velger å handle når man har oppdaget isbjørnen; trekker man seg unna, blir man stående i ro og avvente situasjonen eller nærmer man seg for å se dyret bedre. Normer som først hevdes å operere positivt innad i guidemiljøet fremstår gradvis som mer nyanserte, i og med at noen turoperatører og dermed guider er mer oppsøkende enn andre. Den oppsøkende praksisen ser i større grad ut til å foregå hos de aktørene som selger inn isbjørn som en hovedattraksjon. Samtidig viser mange av informantene til situasjoner og hendelser som de selv er involvert i, og som kan tolkes å være i strid med den formelle regelens ordlyd. Selv om lovverket forbyr folk å oppsøke og forstyrre isbjørn, hindrer ikke bestemmelsen ferdsel i isbjørnens leveområder. Dette medfører at mange isbjørnsituasjoner uansett må vurderes der og da, av en eller flere personer, ofte guiden(e).

Turismens dilemma

Reiselivet er en viktig næring på Svalbard og det har også vært et satsingsområde fra sentrale myndigheter i flere år. Et økende antall turoperatører velger å benytte seg av mulighetene for å drive turisme på øygruppa. Utviklingen og veksten i reiselivet har flere årsaker. Moderne

teknologi har gjort Arktis mer tilgjengelig gjennom bedre infrastruktur (flere flyavganger og utvikling av lokal turistinfrastruktur), samt bedre utstyr og transportmiddel (snøscootere og isforsterkede skip) (Lemelin & Dyck, 2008). Økt tilgjengelighet har gitt rom for flere reiselivsaktører (tilbydere) og medfører et utvidet tilbud i form av bedre kapasitet og rimeligere priser. I tillegg har en voksende global middelklasse kjøpekraften som trengs for å reise til Svalbard, noe som medfører større etterspørsel og flere (nye) typer turister (Burns, 2017; Curtin & Kragh, 2014; Reynolds & Braithwaite, 2001; WHO, u.å.) Bevissthet om global oppvarming og klima- og miljøproblemer, samt menneskets iboende søken etter nye og verdifulle opplevelser, stimulerer ønsket om å se sjelden natur og dyreliv (Burns, 2017; Curtin & Kragh, 2014; L. B. Miller et al., 2020). Digitale medier og økt kommersialisering av isbjørn har dermed ført til nye forventninger, og mer press i turismen på Svalbard (Dou & Day, 2020; Manfredo, 2008; von Essen et al., 2020).

Utfordringene som turismen medfører for isbjørnen akselereres av klimaendringer, økt ferdsel og varierende kompetansegrunnlag. Klimaendringene fører til at dyrelivets leveområder endrer seg og truer spesielt de isavhengige artene som konsentreres på mindre areal (Høringsdokument, 2021). Endringene medfører at sannsynligheten for å møte dyreliv øker. Dagens forhold åpner også opp for at man klarer å komme til områder som tidligere var mer utfordrende å nå, fasilitert av forbedret teknologi og mildere klima som gir lengre turistsesonger. I tillegg fremstår de forskjellige standardene og sikkerhetskulturene innad i bransjen som en ekstra utfordring for isbjørnen. Artens attraktivitet gjør at mange vil se forsøke å se den, samtidig som forskjellige tilnærminger til dyr kan gi ulik grad av menneskelig påvirkning. Turismens operasjonsområde har økt, og i sum tilfører disse forholdene et større press på det sårbare naturområdet og dyrelivet. Dette stiller større krav til både reiselivsnæringen og forvaltningen på Svalbard.

«Alle» ønsker å se isbjørn på grunn av at det er et sjeldent og imponerende rovdyr som hører hjemme på Svalbard. Møte med ville dyr kan gi sterke, emosjonelle følelser og uforglemmelige opplevelser. Viltturismens egenskaper kan påvirke turistenes forståelse, holdninger og atferd overfor natur og dyreliv, noe som kan medføre at de gir sin støtte til bevaringsarbeid og i større grad anerkjenner naturens egenverdi (Ballantyne et al., 2011; Bugge, 2019; Burns, 2017; Frank & Conover, 2015; Jacobs, 2009). Isbjørnen er spesiell da den står i fare for å forsvinne når isen smelter. I hvilken grad en enkelt isbjørnopplevelse er problematisk er derimot situasjonsbestemt (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Manfredo, 2008; Z. Miller, 2017). På Svalbard kan

situasjonsbestemte forhold for eksempel være reiseform og aktivitetsvalg, tilstedeværelsen eller fravær av tydelige retningslinjer og forventninger til naturguidene, samt at volumet av turister og isbjørn i omgivelsene hvor aktiviteten foregår vil spille en rolle (Heberlein, 2012).

Informantene hevder at turistene stort sett er fornøyd med opplevelsen de får på Svalbard, selv om forskjellige budskaper om isbjørn kan føre til uklare forventninger (Dybsand, 2020). Turoperatørene på Svalbard kan imidlertid oppleve mindre press om å tilfredsstille gjestenes ønske om å se isbjørn på grunn av eksisterende regelverk. En generell bevissthet om faunafredning og artens uforutsigbarhet, gjør at svalbardturisten ifølge Dybsand (2020) fremstår som generelt mer tilfreds enn hva eksempelvis Churchillturisten vil være i fravær av isbjørnopplevelser. Dette viser at bevisstgjøringsprosessen som reiselivsbransjen gjennomfører overfor turistene har en modererende effekt på deres forventninger om å oppleve isbjørn, noe som stimulerer til atferd i henhold til isbjørnbestemmelsen (svalbardmiljøloven, 2001, § 30). Tiltaket anses også å kunne påvirke turistopplevelsene positivt, da forventningene til isbjørn er mer realistiske.

Denne studien viser at ulike turoperatørers tilnærming til isbjørn i markedsføringen av turistaktiviteter på Svalbard gir motstridende budskap om og hvordan isbjørn kan oppleves. Innhold i ulike digitale plattformer og sosiale medier (Li & Bernoff, 2011; von Essen et al., 2020), i kombinasjon med det informantene beskriver som en turists egenskaper, utfordrer imidlertid hvilket bilde en gjest har av Svalbard. Om et turfølgende ser eller ikke ser en isbjørn på tur blir det sanksjonert på ulike måter, noe som er en normal atferd når forventningene utfordres (Dybsand, 2020). På en annen side er Svalbard en destinasjon som byr på alternative attraksjoner og dyreliv av interesse for turistene (Dou & Day, 2020), noe som i kombinasjon med guidekvalitet ansees som ressurser for reiselivsutviklingen.

6.2 Turistbransjens tosidighet: Hvorfor brytes normer

Det er en oppfatning i turistbransjen om at isbjørnopplevelser kan foregå på en ansvarlig måte, og man kan få verdifulle erfaringer uten å ha negativ innflytelse på dyrelivet, og uten at regelverket brytes. Blant informantene tolkes dermed en positiv holdning til isbjørn som en attraksjon, selv om totalbelastningen av menneskelige påvirkninger (i et lokalt og globalt perspektiv) gir negativ belastning på dyrelivet (Burns, 2017; Manfredo, 2008; Miljøstatus,

2021; Reynolds & Braithwaite, 2001; Winter, 2020). Selv om oppfatningen er at turistaktørene ønsker å skape gode gjesteopplevelser, med respekt for natur og dyreliv, bringer det kommersielle presset om å se isbjørn de ulike situasjonsbestemte forholdene på bane. Teorien om planlagt atferd viser at lærte holdninger og normer kan overskygges av ønske og press om å se isbjørn, og atferd muliggjøres gjennom handlekraft (atferdskontroll) (Ajzen, 1991; Z. Miller, 2017). Holdninger og personlige normer vil dermed ikke være tilstrekkelige forklaringsfaktorer på atferd, da de sosiale normene og opplevelsen av atferdskontroll vil påvirke den faktiske handlingen.

Turistbransjen på Svalbard fremstår samlet sett utydelig og turoperatørene handler etter ulike forutsetninger. Guidene opererer i et krysningspunkt av forskjellige forventninger og signaler fra bransjen, kollegaer og forvaltningen. Overholdelse av normer fordrer at den personen som skal beslutte å utøve en atferd, kjenner til normene og føler seg forpliktet til å overholde dem (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). Fokusering og aktivering av en norm kan blant annet foregå ved å ha tydelige retningslinjer for oppførsel i møte med isbjørn og tydelig manus for hvordan rollen som vertskap for turistene skal utføres. Samtidig må guiden tilhøre og/ eller identifisere seg med den sosiale gruppen som mulig sanksjoner atferden (anerkjennelse eller uformell «straff»). Naturguidene blir også fokusert på normen når de må tenke over hvilke forventninger turistene har til å se isbjørn i turistsammenheng, samt hvordan isbjørnsituasjoner kan utspille seg og hvordan de skal håndtere slike situasjoner (ibid).

I tillegg til svalbardmiljøloven (2001) og forskriftene, har interesseorganisasjonen AECO og destinasjonsselskapet Visit Svalbard egne regler og retningslinjer som turoperatørene frivillig forplikter seg til som medlem av organisasjonene. Utfordringen er at kun halvparten av reiselivaktørene på Svalbard deltar i denne frivillige bransjestandarden. I tillegg virker sertifiseringsordningene etter sin hensikt når kundene gjør «riktige» valg med tanke på hvilken turoperatør de velger å reise med på Svalbard (Haaland & Aas, 2010). For at interne normer skal påvirke atferd er det imidlertid nødvendig at aktørene og naturguidene opererer i henhold til tydelige retningslinjer, og at de forstår reglenes hensikt. Bevissthet om konsekvenser av egen atferd, og tilstrekkelig kunnskap om sin mulige effekt på enkelt dyr og dyrelivet i sin helhet, er dermed avgjørende for at naturguidene skal kunne etterleve normer (Ajzen, 1991; Heberlein, 2012; Z. Miller, 2017). Deskriptive normers virkning er videre et forhold som taler for sammenfallende standarder på tvers av aktører.

I guidemiljøet på Svalbard fremstår forventningene om negative konsekvenser ved å bryte personlige og sosiale normer til å være sterkere enn presset om å se isbjørn. Samtidig kommer det frem eksempler som viser at de uformelle normene unnlater å regulere ansvarlig atferd overfor isbjørn. Dette kan forekomme når man benekter, eller ikke oppfatter, hvilken negative følger som handlingen kan gi. I tillegg kan en person fraskrive seg ansvar ved å bestride at den er ansvarlig for hendelse eller et hendelsesforløp (Heberlein, 2012). På Svalbard kan dette hende ved at isbjørnen allerede brukes som en attraksjon i reiselivssammenheng. Dersom en norm er ikke er fokusert, vil sosialt press og deskriptive normer for atferd kunne stimulere handlinger til uheldige konsekvenser for isbjørn (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008).

På grunn av variasjonen i reiselivet finnes det tilsynelatende ulike, dels motstridende sosiale normer. I følge Heberlein (2012) vil flere sider av saken påvirke individuell ansvarsfølelse. Selv om det eksisterer en oppfatning av negative konsekvenser for isbjørnen forårsaket av egen atferd, erkjenner man ikke ansvar for oppførselen og skylder på andre som har brutt normen før en selv. Slik fraskriver man seg forpliktelsen til å handle i samsvar med normen. Et område med mange turistfølger vil eksempelvis redusere forventningen om negative konsekvenser ved tanker som «det er allerede mange andre reisefølger her». Når et turfølgende på Svalbard ser tre båter som observerer en isbjørn vil det da være naturlig å tenke «en båt ekstra vil ikke skade». Mengden av regelbrudd kan også tyde på at andre vil løse problemet og reduserer dermed følelsen av personlige ansvar.

Håndheving av regelverket og forebyggende arbeid

Informasjon synes å fungere når en person er i en posisjon til å bry seg om den, og personen har motivasjon til å handle i tråd med dens innhold (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). Selv om det på Svalbard er holdninger om å ikke forstyrre dyreliv, og flere uformelle normer om rett og gal opptreden i isbjørnsituasjoner, tyder faktisk atferd på at etterlevelse av regelverket krever mer forståelse og kompetanse enn hva mange involverte i turistbransjen har. Broorganisasjonene inviterer til verdifulle kompetansenettverk for sine medlemmer, hvis turoperatørene velger å benytte seg av dem. Når mange likevel beslutter å stå utenfor, må forvaltningen ta i bruk virkemidler som gjør at variasjonen i den totale bransjen jevnnes ut. For å forebygge og forhindre at normer brytes, bruker forvaltningen i dag blant annet strukturelle tiltak i form av strengere lovverk. På Svalbard vil for eksempel forbud mot motorisert ferdsel på sjøis være et slikt virkemiddel for å hindre at folk oppsøker isbjørn når fjordene fryser til. Dette forbudet er tydelig og det avhenger ingen subjektiv vurdering om man har kjørt på isen

eller ikke, dermed blir aktørene mindre tilbøyelig til å fraskrive seg ansvar for handlingen. Denne type tiltak påvirker ikke nødvendigvis konsekvensforståelse og personlig ansvarsfølelse overfor dyrelivet (Heberlein, 2012).

Strukturelle virkemiddel fungerer når de eksisterer, og atferd kan likevel reverseres når tiltakene fjernes. Dersom forebyggende og bevisstgjørende arbeid ikke har vært utført på samme tid. Dersom man lykkes i å påvirke folks bevissthet og deres aksept for negativ konsekvens av egen adferd, vil behovet for strukturelle tiltak reduseres. Dette kan foregå gjennom utdanning og målrettet kompetanseheving over tid, og dermed stimulere personlig ansvarsfølelse tilknyttet individuelle handlinger (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). Informasjonsarbeidet til forvaltningen og bro-organisasjonene er dermed en viktig innsats for å få turistaktørene og naturguidene til å erkjenne sitt ansvar, og forstå hvilke konsekvenser ulik atferd medfører for natur og dyreliv. Spørsmålet er imidlertid i hvilken grad det fungerer. Som vi har sett, kan blant annet egne bestemmelser for medlemmene i AECO og Visit Svalbard hjelpe dem til å overholde det formelle regelverket. Arbeidets effekt vil likevel avhenge hvor godt samarbeidet og dialogen flyter gjennom alle ledd i medlemsbedriftene, helt ned til guidenivå. Slik situasjonen fremstår i dag er det en grad av forventningsfravær til guidene fra bransjenivå. Da bro-organisasjonene kun omfavner halve næringen, vil dette også medføre at deres arbeid begrenser seg til denne gruppen.

Forvaltningen forholder seg derimot til alle turoperatørene på Svalbard. Deres samarbeid med turismen er likevel rettet hovedsakelig mot bro-organisasjonene, noe som medfører at en del aktører faller utenfor dette nettverket. Mengden innrapporteringer om enkelthendelser kan tyde på at det forebyggende arbeidet kun fungerer til en viss grad, men ikke optimalt. Innrapporteringene ser ut til å komme fra de som føler seg ansvarlige og som observerer atferd som de selv ikke kan gå god for. Forvaltningen fatter tiltak basert på allmenn atferd og bruker strengere regelverk som virkemiddel for å regulere ferdsel. Dette går på bekostning av turoperatørenes operative frihet. Av den «ansvarlige» delen av bransjen kan dette oppleves som «straff», og dermed bidra til å påvirke deres holdninger til forvaltningen, da de kan oppleve å miste tillit. Naturguidene kan også oppfatte andre aktører negativt, fordi deres egen tilnærming til turismen utfordres av flere nye turoperatører med ulik standard. I denne situasjonen møter uformelle normer tuftet på sedvane, yngre målrettede normer (Manfredo, 2008).

Det forebyggende arbeidet som Sysselmannen har direkte mot guidemiljøet fremstår imidlertid effektivt. Dette kommer til syne i form av ulike erfaringer som deles fra møter med forvaltningen i felt. Noen verdsetter å treffe på dem, mens andre blir usikre og nervøse. De som er trygge på forvaltningen er gjerne de guidene som har deltatt i det tverrfaglige samarbeidet som har foregått i Longyearbyen. Funnene tyder på at de guidene som er engstelig for å møte forvaltningen i felt, ikke har deltatt i et slikt samarbeid. Dette indikerer at en samarbeidsstrategi mot guidemiljøet vil være virkningsfullt med tanke på å skape trygghet og påvirke utviklingen av positive holdninger til myndighetene og en felles forståelse om normer overfor isbjørn.

I følge Dou & Doy (2020) viser internasjonal forskning at effekten av å håndheve regelverk fører til større etterlevelse blant turister og turoperatører enn frivillig etterlevelse. Enkelte studier støtter imidlertid atferdsregulering gjennom frivillig etterlevelse og selvsanksjonering. Argumentet for å stole på frivillig etterlevelse er effekten av utdanning, samt tilliten man opplever fra myndighetene med tanke på evne til selvregulering (ibid). Svalbard dekker et stort område som hovedsakelig består av vill og urørt natur, noe som gjør ferdselen utfordrende. Med antall aktører som opererer på destinasjonen vil det være en betraktelig oppgave for myndighetene å overvåke enhver turistaktivitet til enhver tid. Forsvarlig atferd overfor natur og dyreliv fordrer dermed at forvaltningen har tillit til turistaktørenes frivillige etterlevelse og evne til selvsanksjonering. Sett i fra bransjens perspektiv vil etterlevelse være lettere når en tydelig visjon for hva turismen skal bestå av, og hvordan de skal gjøre det, iverksettes fra sentralt hold.

6.3 Konklusjon

Formålet med denne masteroppgaven var å undersøke hvilke holdninger, normer og atferdskontroll som eksisterer i turismen på Svalbard, og forstå hvordan disse forholdene regulerer naturguidenes atferd i møte med isbjørn i turistsammenheng. Oppgaven har følgende problemstilling:

Hvilke uformelle normer eksisterer blant naturguidene på Svalbard når det gjelder bruk av isbjørn som attraksjon i turismen? Hva påvirker disse normene og hvordan bidrar de til bruk og vern av isbjørn i øygruppas reiselivsnæring?

Som vi har sett er holdninger stabile og indikerer forskjeller mellom mennesker da de er knyttet til verdier og identitet (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). Informantene i studien synes i likhet med andre små næringsaktører å ha en indredrevet motivasjon som gjenspeiles i valg av livsstil (Lundberg & Fredman, 2012). Indre motivasjon fremstår som sterkere enn økonomiske motiv, selv om økonomisk bærekraft er nødvendig for en turistaktørs eksistens. Den indre motivasjonen kan imidlertid være gunstig med tanke på å beskytte natur og dyreliv i møte med kommersielle krefter. Direkte erfaringer med en bestemt atferd og endring av sosialt miljø vil kunne påvirke holdninger (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008). For eksempel rollebytte, utdanning eller ved å bli en del av det lokale guidemiljøet på Svalbard. Uformelle normer utvikles på bakgrunn av tiltak som kompetanseheving og etablering av formelle normer. Felles for all utvikling som omhandler holdninger og normer er tid. (Heberlein, 2012; Manfredo, 2008).

Guidekvalitet vil være en nøkkelfaktor for viltturismens utvikling av flere grunner, blant annet fordi guidene har stor effekt på turistene og evner å styre deres forventninger når de mestrer guiderollen (Dybsand, 2020; Vold, 2014). Å anse som en spesielt viktig årsak til å sikre guidekvalitet er betydningen av nødvendige ferdigheter for å kunne balansere mellom formelle og uformelle normer. Bestemmelsen om isbjørn i (svalbardmiljøloven, 2001, § 30) fremstår som vanskelig å tolke og kan i mange sammenhenger oppfattes som uklar når den møter forskjellige bransjestandarder. Dette krever kompetanse og forpliktelse fra den som skal etterleve normen. Det er tilsynelatende få formelle sanksjoner knyttet til bestemmelsen og lovverket operasjonaliseres i større grad gjennom helhetlige reguleringer i forskrift. Denne praksisen er i utgangspunktet mindre ønskelig fra turoperatørenes side, da det begrenser deres ressurstilgang og frihet i gjennomføring av turistaktivitetene. For å påvirk bransjens ansvarlige tilnærming til natur og dyreliv ser vi at bro-organisasjonene, gjennom tydelige retningslinjer for sine medlemmer, ønsker å bidra til bransjens overholdelse av den formelle normen. Deres konkretisering vil fremdeles fordre kunnskap og erfaring hos de ansvarlige i felt, da funn i studien tyder på at retningslinjer som avstandsregler kan være mer skadelig enn virkningsfull dersom grunnleggende kompetanse om dyreliv er svak eller mangler hos den som handler.

Når det er snakk om «interjustis», bør dette også forekomme på sentralt og lokalt nivå, med tanke på hvor mange turister man legger til rette for å ta imot på destinasjonen. På et operatørnivå kan man tenke over hvor store grupper man aksepterer å ta med ut i den arktiske naturen. En felles visjon for hele reiselivet, bevissthet og kunnskap om hvilke belastning og

konsekvenser totalsummen av turismen på Svalbard medfører både for gjesteopplevelsen og dyrelivet, bør dermed være førende for den fremtidige reiselivssatsingen på Svalbard. Dette kan bidra til realistiske turistforventninger, slik at fortrinnet med viltturismen kommer til sin rett, og evner påvirke folks bevissthet, empati og handlinger overfor natur og dyreliv (Ballantyne et al., 2011; Curtin & Kragh, 2014; Dybsand & Stensland, 2021; García-Cegarra & Pacheco, 2017; La Manna et al., 2020).

Det fremstår naturlig at viltturisme skal foregå på Svalbard, og ved å være til stede og operere på destinasjonen vil man mest sannsynlig møte (streifende) isbjørner. Et annet spørsmål er hva man utsetter seg for i håp om å se isbjørn, og i hvilken grad man tar seg til rette i deres områder. Funnene i denne studien, sett i lys av preludie-sitatet først i oppgaven, får meg til å reflektere. Med tanke på tempoet i den globale oppvarmingen, vil jeg stille spørsmål om Svalbard lenger er et sakte sted? Når vi ser de raske klimaendringene som skjer på kloden, fremstår imidlertid Svalbard som et sted for sakte turisme, og ikke et sted hvor man skal oppleve mest mulig på kortest mulig tid. Det vil trolig menneskene i det moderne forbrukersamfunnet også nyte godt av, når de skal gjenopprette sin tilknytning til naturen (Curtin & Kragh, 2014; Reynolds & Braithwaite, 2001).

6.4 Implikasjoner og videre forskning

Studien viser at det finnes store variasjoner i holdninger, normer og atferd blant turistnæringen samlet sett, på hvordan man skal tilnærme seg til isbjørn som en attraksjon. Det fremstår som om erfarne og lokale reiselivsaktører har en foretrukket kultur for atferd, mens en del av de eksterne aktørene med mindre erfaring og som gjerne er uorganisert, ikke faller inn under det lokale samarbeidet. I studien oppleves naturguidene som samstemte på at de har et tydelig felles sett av normer om hva som er akseptabel og uakseptabel atferd i møte med isbjørn. Samtidig beskrives situasjoner som informantene selv har vært involvert i og som kan anses som uheldig for dyrelivet, ved at isbjørn skremmes eller i motsatt tilfelle ikke reagerer på store turistgrupper. Resultatene i studien kan imidlertid ikke generaliseres på grunn av et lite utvalg, og ikke alle aktuelle personer har fått fortalt sin historie. Studien måler heller ikke atferd i henhold til teoretiske modeller, men tendenser kan forstås basert på informantenes erfaringer og kunnskap. Dette gir utgangspunkt for videre forskning. For å trekke sikrere konklusjoner vil det være

behov for flere studier på forskjellige sammenhenger, med et bredere utvalg, og både kvalitativ og kvantitativ tilnærming.

En nøkkelfaktor for en helhetlig ansvarlig viltturisme på Svalbard er et tydeligere samspill mellom formelle og uformelle normer for alle aktører i næringen. Dette kan blant annet utvikles ved klarere retningslinjer for isbjørnsbestemmelsen i svalbardmiljøloven (2001, § 30). Broorganisasjonene bør også vurdere sine bransjeregler slik at de ikke gir falsk trygghet for guidene, dersom de i utgangspunktet har for lite kompetanse om dyrelivet tilknyttet turistaktiviteten de blir satt til å lede. Reiselivet vil også være tjent med at myndighetene gjør grep for å harmonisere bransjen og utjevne «de og oss» inndelingen som fremstår utfordrende i dagens turisme. For eksempel ved å stille krav som gjør det vanskeligere for «ikke-lokale» aktører å opptre ulikt fra «lokale» operatører. Dette vil også gagne dyrelivet med tanke på hvordan det påvirkes av turismen.

Videre forskning kan blant annet se nærmere på hvorfor det hevdes å være forskjeller mellom turistaktørenes oppførsel ved å gjøre en komparativ studie mellom guider med og uten guideopplæring, samt mellom firma med og uten lokal tilknytning, og organiserte versus ikke-organiserte turoperatører. Det vil også være interessant å sammenligne selskap som har isbjørngaranti, og aktivt bruker «isbjørn» eller «Ursus maritimus» i titulering av turer, med selskap som er tydelig på det motsatte, at turisten ikke er garantert å se isbjørn. På denne måten kan man oppnå bedre forståelse av hvorfor holdninger varierer på ulike nivå. Selv om funn i denne studien ikke kan generaliseres til viltturisme for øvrig, viser noen av sammenhengene hvordan naturguiders holdninger, uformelle normer og atferd kan påvirkes i favør eller ufavør for ville dyr og sårbare naturområder. I videre forskning vil det dermed være interessant å se turismen fra et forvaltningsperspektiv, og danne seg en bedre forståelse av hvordan prosessene utspiller seg når myndighetene skal balansere bruk og vern mellom natur, dyreliv og turisme.

Referanser

- AECO. (u.å.). Guidelines. Hentet 09.05.2021 fra <https://www.aeco.no/guidelines/>
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. I J. Kuhl & J. Beckmann (Red.), *Action Control: From Cognition to Behavior* (s. 11-39). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andersen, M. (2020). Når mennesker møter isbjørn på Svalbard. Hentet fra <https://www.npolar.no/nyhet/nar-mennesker-moter-isbjorn-pa-svalbard/>
- Arbeidsutvalg kystcruise på Svalbard. (2020). *Veileder for ekspedisjonscruise (kystcruise) på og rundt Svalbard under covid-19 utbruddet 2020 (Versjon 2.0)*. Hentet fra <https://www.sysselmannen.no/reiseliv/>
- Ballantyne, R., Packer, J. & Sutherland, L. A. (2011). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32(4), 770-779. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.012>
- Basecamp Explorer Foundation. (u.å.). Our mission is global, our action is local. Hentet 21.05.2021 fra <https://www.basecampexplorer.com/foundation/>
- Borges de Lima, I. & Green, R. J. (2017). *Wildlife Tourism, Environmental Learning and Ethical Encounters: Ecological and Conservation Aspects* (1st ed. 2017. utg.). Cham: Springer International Publishing.
- Brunt, P., Horner, S. & Semley, N. (2017). *Research Methods in Tourism, Hospitality and Events Management*. London: Sage.
- Buckley, R. (2000). Tourism in the Most Fragile Environments. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 31-40. <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014898>
- Bugge, H. C. (2019). *Lærebok i miljøforvaltningsrett* (5. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Burns, G. L. (2017). Ethics and Responsibility in Wildlife Tourism: Lessons from Compassionate Conservation in the Anthropocene. I I. Borges de Lima & R. J. Green (Red.), *Wildlife Tourism, Environmental Learning and Ethical Encounters: Ecological and Conservation Aspects* (s. 213-220). Cham: Springer International Publishing.
- Carson, R. (1962). *Silent spring* Houghton Mifflin Harcourt.
- CITES. (u.å.). What is CITES? Hentet 20.05.2021 fra <https://cites.org/eng/disc/what.php>
- Cui, Q. (2021). Wildlife Tourism in (Un)sustainable Futures. I B. Giovanna (Red.), *Wildlife Tourism Futures* (s. 9-23). Channel View Publications.
- Curtin, S. (2005). Nature, Wild Animals and Tourism: An Experiential View. *Journal of Ecotourism*, 4(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/14724040508668434>
- Curtin, S. & Kragh, G. (2014). Wildlife Tourism: Reconnecting People with Nature. *Human Dimensions of Wildlife*, 19(6), 545-554. <https://doi.org/10.1080/10871209.2014.921957>
- Dou, X. & Day, J. (2020). Human-wildlife interactions for tourism: a systematic review. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(5), 529-547. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2020-0007>
- Dybsand, H. N. H. (2020). In the absence of a main attraction – Perspectives from polar bear watching tourism participants. *Tourism Management*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104097>
- Dybsand, H. N. H. & Stensland, S. (2021). Centrality to life and the theory of planned behavior: the case of musk ox safaris in Dovrefjell-Sunndalsfjella National Park, Norway. *Human Dimensions of Wildlife*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/10871209.2021.1876187>
- Dyrevelferdsloven. (2009). Lov om dyrevelferd (LOV-2009-06-19-97) Hentet fra <https://lovdata.no/NL/lov/2009-06-19-97>
- Ehrlich, p. R. (1968). *The Population Bomb* Sierra Club/Ballantine Books.
- forskrift om turisme mv. på Svalbard. (1991). *Forskrift om turisme, feltopplegg og annen reisevirksomhet på Svalbard (FOR-1991-10-18-671)*. Hentet fra <https://lovdata.no/forskrift/1991-10-18-671>

- Frank, M. G. & Conover, M. R. (2015). Thank goodness they got all the dragons: Wildlife damage management through the ages. *Human-Wildlife Interactions*, 9(2), 156-162.
- Fredman, P. & Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in Nature-Based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 177-189. <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.502365>
- Fredman, P., Wall-Reinius, S. & Lundberg, C. (2009). *Turism i natur : Definitioner, omfattning, statistik (in Swedish)* (Rapportserien / European Tourism Research Institute 978-91-86073-59-6 (ISBN) 14034220 (ISSN)). Östersund: Etour. Hentet fra <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:miun:diva-10728>
- García-Cegarra, A. M. & Pacheco, A. S. (2017). Whale-watching trips in Peru lead to increases in tourist knowledge, pro-conservation intentions and tourist concern for the impacts of whale-watching on humpback whales. *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, 27(5), 1011-1020. <https://doi.org/10.1002/aqc.2754>
- Green, R. & Giese, M. (2004). Impacts of Wildlife Tourism: Negative Effects of Wildlife Tourism on Wildlife. I K. Higginbottom (Red.), *Wildlife tourism: Impacts, management and planning* (s. 81-93). Altona Vic: Common Ground Publishing Pty Ltd.
- Halleraker, J. H. (2021). Endemisk - biologi i Store norske leksikon. Hentet 22.05.2021 fra https://snl.no/endemisk_-_biologi
- Heberlein, T. A. (2012). *Navigating Environmental Attitudes* Oxford: Oxford University Press USA - OSO.
- Heyink, J. W. & Tymstra, T. (1993). The function of qualitative research. *Social Indicators Research*, 29(3), 291-305. <https://doi.org/10.1007/BF01079517>
- Heywood, J. L. & Aas, O. (1999). Social norms and encounter preferences for cross country skiing with dogs in norway. *Leisure Sciences*, 21(2), 133-144. <https://doi.org/10.1080/014904099273192>
- Higginbottom, K. (2004). Wildlife Tourism: An Introduction. I K. Higginbottom (Red.), *Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning* (s. 1-11). Altona Vic: Common Ground Publishing Pty Ltd.
- Higginbottom, K. & Tribe, A. (2004). Contributions of wildlife tourism to conservation. *Wildlife tourism: Impacts, management and planning*, 99-123.
- Høringsdokument. (2021). *Forslag til utvidelse av Nordenskiöld Land nasjonalpark*. Sysselmannen på Svalbard. Hentet fra <https://www.sysselmannen.no/om-sysselmannen/miljoevern/forvaltning-av-verneomrader/pagaende-forvaltningsplaner/forvaltningplan-for-sentral-spitsbergen/forslag-til-utvidelse-av-nordenskiold-land-nasjonalpark-offentlig-horing/>
- Haaland, H. & Aas, Ø. (2010). Eco-tourism Certification – Does it Make a Difference? A Comparison of Systems from Australia, Costa Rica and Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 375-385. <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.486262>
- Ikonen, E. & Sokolíčková, Z. (2020). *Optimal Tourism Balance Workshop: What are the research needs for knowledge-based tourism management in Svalbard?* (Findings from the Optimal Tourism Balance Workshop in Longyearbyen, Svalbard September 11-13, 2019). Visit Svalbard and Association of Arctic Expedition Cruise Operators (AECO). Hentet fra <https://www.aeco.no/research/>
- Jacobs, M. H. (2009). Why Do We Like or Dislike Animals? *Human Dimensions of Wildlife*, 14(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/10871200802545765>
- Kamfjord, G. (2019). *Det helhetlige reiselivsproduktet (in Norwegian)* (6. utg.). Oslo: Fagspesialisten.
- La Manna, G., Melis, G., Rako-Gospić, N., Basta, J., Mackelworth, P., Holcer, D., ... Leeb, K. (2020). Sustainable dolphin watching tours as a tool to increase public awareness of marine conservation—a comparative analysis between two Mediterranean destinations and implications for management. *Journal of Ecotourism*. <https://doi.org/10.1080/14724049.2020.1742132>
- Lemelin, R. & Dyck, M. (2008). New frontiers in marine wildlife tourism: An international overview of polar bear tourism management strategies. *Marine wildlife and tourism management: Insights from the natural and social sciences*, 361-379.

- Li, C. & Bernoff, J. (2011). *Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies* Forrester Research, Inc.
- Manfredo, M. J. (2008). *Who cares about wildlife? : social science concepts for exploring human-wildlife relationships and conservation issues*. New York: Springer-Verlag New York.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J. & Behrens, W. W. (1972). The limits to. *Growth*, 102, 27.
- Meld. St. 22 (2008-2009). *Svalbard*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-22-2008-2009-/id554877/?ch=1>
- Meld. St. 32 (2015–2016). *Svalbard*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-32-20152016/id2499962/>
- Merriam, S. B. & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation* (4. utg.). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Miljødirektoratet. (2013). Norsk handlingsplan for isbjørn. Hentet 06.04.2020 fra <https://www.miljodirektoratet.no/globalassets/publikasjoner/m16/m16.pdf>
- Miljødirektoratet. (2020, 10.03.2020). Isbjørnavtalen. Hentet 21.05.2020 fra <https://www.miljodirektoratet.no/regelverk/konvensjoner/isbjornavtalen/>
- Miljøstatus. (2020). Norges miljøstatus for 2020. Hentet 09.05.2021 fra <https://miljostatus.miljodirektoratet.no/norgesmiljostatus/>
- Miljøstatus. (2021). Polarområdene. Hentet 09.05.2021 fra <https://miljostatus.miljodirektoratet.no/tema/polaromradene/>
- Miller, L. B., Hallo, J. C., Dvorak, R. G., Fefer, J. P., Peterson, B. A. & Brownlee, M. T. J. (2020). On the edge of the world: examining pro-environmental outcomes of last chance tourism in Kaktovik, Alaska. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1703-1722. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1720696>
- Miller, Z. (2017). The Enduring Use of the Theory of Planned Behavior. *Human Dimensions of Wildlife*, 22, 1-8. <https://doi.org/10.1080/10871209.2017.1347967>
- MIMIR, A. & Visit Svalbard. (2015). *DESTINASJON SVALBARD MOT 2025. Masterplan for Svalbard etter «Hvitebok for reisemålsutvikling»*. MIMIR AS. Hentet fra <https://www.visitsvalbard.com/dbimgs/Masterplan%20Destinasjon%20Svalbard%20mot%202025.pdf>
- MOSJ. (u.å.). Miljøovervåking Svalbard og Jan Mayen. Hentet 08.02.2021
- Naturmangfoldloven. (2009). Lov om forvaltning av naturens mangfold (LOV-2009-06-19-100) Hentet fra <https://lovdata.no/NL/lov/2009-06-19-100>
- Norsk Polarinstitutt. (2019). *Ferdse og dyreliv på Svalbard: en veileder i møte med Svalbards natur*. Hentet fra <https://brage.npolar.no/npolar-xmlui/handle/11250/2643849>
- Ordiz, A., Moen, G. K., Sæbø, S., Stenset, N., Swenson, J. E. & Støen, O.-G. (2019). Habituation, sensitization, or consistent behavioral responses? Brown bear responses after repeated approaches by humans on foot. *Biological Conservation*, 232, 228-237. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2019.01.016>
- Overrein, Ø., Henriksen, J., Johansen, B. F. & Prestvold, K. (2015). *Cruisehåndbok for Svalbard*. Tromsø: Norsk Polarinstitutt. Hentet fra <http://cruise-handbook.npolar.no>
- Polar Bears International. (u. å.). Sustain a Future for Polar Bears. Hentet 21.05.2021 fra <https://polarbearsinternational.org/>
- PolarQuest. (u.å.). Our guides. Hentet 21.05.2021 fra <https://www.polar-quest.com/about-polarquest/our-guides>
- Regan, T. (1983). *The Case for Animal Rights* University of California Press.
- Reynolds, P. C. & Braithwaite, D. (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*, 22(1), 31-42. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00018-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00018-2)
- Statistisk sentralbyrå. (2020). Fakta om Svalbard. Hentet 09.05.2021 fra <https://www.ssb.no/svalbard/faktside/svalbard>
- svalbardmiljøloven. (2001). *Lov om miljøvern på Svalbard (LOV-2001-06-15-79)*. Hentet fra <https://lovdata.no/lov/2001-06-15-79>

- Syssemlmannen på Svalbard. (2021). Temakart Naturvernområder. Hentet 08.02.2021 fra <https://www.syssemlmannen.no/kart-og-gps/temakart/naturvernomrader>
- Syssemlmannen på Svalbard. (u.å.). Syssemlmannen på Svalbard. Hentet 21.05.2021 fra <https://www.syssemlmannen.no/>
- The Polar Bear Range States. (u.å.). The 1973 Agreement on the Conservation of Polar Bears. Hentet 14.04.2021 fra <https://polarbearagreement.org/index.php/about-us/1973-agreement>
- Time and Date AS. (2020). 2020 Solgraf for Longyearbyen. Hentet 04.05.2020 fra <https://www.timeanddate.no/astronomi/sol/norge/longyearbyen>
- Verdenskommisjonen for miljø og utvikling. (1987). *Vår felles framtid* Tiden norsk forlag.
- Visit Svalbard. (u.å.). Velkommen til Svalbard - det ekte Arktis. Hentet 08.02.2021 fra <https://www.visitsvalbard.com/>
- Vold, T. (2014). *Venner på tur. Naturguiding som relasjonell kunnskap* (Doktorgradsavhandling, Norges Idrettshøgskole). Hentet fra <https://nih.brage.unit.no/nih-xmlui/handle/11250/283084>
- von Essen, E., Lindsjö, J. & Berg, C. (2020). Instagranimal: Animal Welfare and Animal Ethics Challenges of Animal-Based Tourism. *Animals*, 10(10), 1830. Hentet fra <https://www.mdpi.com/2076-2615/10/10/1830>
- Vongraven, D. (2020, 10.05.2021). Internasjonalt isbjørnsamarbeid. Hentet fra <https://www.npolar.no/nyhet/internasjonalt-isbjørnsamarbeid/>
- Wadel, C. (2014). *Feltarbeid i egen kultur* Cappelen Damm akademisk.
- WHO. (u.å.). Urban health. Hentet 09.05.2021 fra <https://www.who.int/health-topics/urban-health>
- Wiig, Ø., Amstrup, S., Atwood, T., Laidre, K., Lunn, N., Obbard, M., ... Thiemann, G. (2015). *Ursus maritimus*. *The IUCN Red List of Threatened Species 2015* (e.T22823A14871490). Hentet fra <https://www.iucnredlist.org/species/22823/14871490>
- WildPhoto Travel. (u.å.). Meet the guides. Hentet 21.05.2021 fra <https://wildphoto.com/expeditions/meet-the-guides/>
- Wilson, E., Nielsen, N. & Buultjens, J. (2009). From lessees to partners: exploring tourism public-private partnerships within the New South Wales national parks and wildlife service. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 269-285. <https://doi.org/10.1080/09669580802495774>
- Winter, C. (2020). A review of research into animal ethics in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on animal ethics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102989. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102989>

Vedlegg

Vedlegg I: Intervjuguide

Introduksjon

1. Informasjon om anonymitet, konfidensialitet og informasjon om bruk av lydopptaker.
2. Hvordan kom du inn i denne karrieren?
3. Vil du fortelle om bedriften du jobber i og hva som gjør at du jobber nettopp der?

Hvilke uformelle og formelle normer eksisterer og hvordan er forholdet mellom dem?

4. Fortell om dyrelivet som turistene møter på Svalbard?
5. Kan du fortelle om hvordan kulturen og standarden for møter med ville dyr har endret seg – eller ikke – siden du begynte å jobbe på Svalbard?
6. Fortell om hvordan andre kan påvirke eller legge føringer for din måte å jobbe på?

Hva er reiselivsnæringens forståelse av sårbare arter og habitat under press, samt konsekvenser av egen virksomhet?

7. Hvilke forventninger opplever du til deg i din rolle?
8. Har du en personlig ansvarsfølelse overfor dyrelivet på Svalbard og kan du forsøke å beskrive hva den går ut på?
9. Kan du nevne noen situasjoner der du har opplevd at det er nødvendig å avvike fra disse forpliktelsene?

Hvordan kommersialiseres isbjørnen i reiselivssammenheng?

10. Hvilke forventninger om å se dyr opplever du at turistene har når de kommer til Svalbard?
11. Hva er det normalt å informere turistene om i forhold til isbjørn på Svalbard?
12. Kan du forklare hvilken begrensninger bestemmelsene for isbjørn setter for turismen?
13. Hva mener du er reiselivsbransjen sitt ansvar overfor dyr på Svalbard og hva mener du er forvaltningen sitt ansvar?
14. Opplever du at isbjørnen kommersialiseres på Svalbard og eventuelt hvordan?
15. Hvorfor har du endret – eller ikke endret – syn på turistnæringen i relasjon til dyreliv siden du kom til Svalbard?

Hva er grunnen til at isbjørnen trekkes frem og brukes som et viktig symbol i reiselivet?

Avslutning

16. Er det noe som jeg ikke har spurt om, som du mener bør belyses?
17. Ønsker du å lese oppgaven når den er ferdig?

Vil du delta i forskningsprosjektet

«Uformelle normer i forbindelse med viltopplevelser i reiselivet på Svalbard»?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å studere uformelle normer som eksisterer når det gjelder viltopplevelser på Svalbard. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

- Vi ønsker å se nærmere på hvilke praksiser som eksisterer med tanke på bruk og vern av isbjørn i turismen, og hvilke sosiale prosesser som utspiller seg i den forbindelse.
- Funn i undersøkelsen kan bidra til å bedre dialog mellom reiselivsaktørene og mellom reiselivsbransjen og forvaltningen når det gjelder hvordan man skal forholde seg til isbjørn i næringssammenheng.
- Forskningsprosjektet gjennomføres i forbindelse med min masteroppgave ved NMBU, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

- Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, NMBU, er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

- Utvalget er representanter fra lokale reiselivsbedrifter på Svalbard. Rundt 8-12 representanter får henvendelsen og felles er at alle har god kjennskap til næringen og egnet erfaring fra turisme på øygruppa.

Hva innebærer det for deg å delta?

- Hvis du velger å delta i prosjektet innebærer det at jeg stiller rundt 12-19 åpne spørsmål. Spørsmålene omhandler dine erfaringer og opplevelser fra viltopplevelser i reiselivet på Svalbard, og refleksjoner du har gjort det om disse opplevelsene.
- Intervjuet vil ta rundt 60-90 minutter. Dine svar registreres med lydopptaker og omformes til elektronisk skriftlig materiale for videre innholdsanalyse.

Det er frivillig å delta

- Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger og andre opplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg 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 og fra deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Student og veileder vil ha tilgang til datamaterialet ved behandlingsansvarlig institusjon. Ditt navn vil jeg erstatte med en kode som lagres på egen navneliste adskilt fra øvrige data. Datamateriale fra intervjuet lagres elektronisk på lokal enhet lokal pc enhet.
- Intervjuet er anonymt, men jeg anser det likevel som sannsynlig at lesere som kjenner reiselivet på Svalbard godt kan antyde hvem jeg har intervjuet med basis i informasjonen som gis. I de tilfeller jeg legger opp til sitering vil dette sendes til deg for godkjenning før det brukes i oppgaven. Videre vil jeg opprette falske navn og randomiserer kjønn for å merke eventuelle sitater.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

- Opplysningene intervjuet anonymiseres med det samme, når informasjonen omformes til skriftlig data. Skriftlig datamateriale slettes når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 31. mars 2022. Personopplysninger i form av navneliste og lydopptak slettes etter innlevert oppgave 30. juni 2021.

Dine rettigheter

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

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til 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 Norges miljø- og biovitenskapelige universitet 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:

- Norges miljø- og biovitenskapelige universitet ved prosjektansvarlig Torill Brandal Berge: (e-post) eller veileder Øystein Aas: (e-post).
- Vårt personvernombud: Navn: (e-post)

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Torill Brandal Berge

Prosjektansvarlig

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «*Uformelle normer i forbindelse med viltopplevelser i reiselivet på Svalbard*» og har fått anledning til å stille spørsmål.

Jeg samtykker til:

- Å delta i intervjuet.
- Sitatsjekk.

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet.

(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

