

BACHELOROPPGAVE

Grønne klær

Hvordan tenker mannlige friluftslivsveiledere de påvirker elevenes valg av friluftsklær sett ut i fra et miljøvennlig perspektiv?

Kandidatnummer. 11 & 22

Friluftsliv

ID3-302

Desember, 2009



Grønne klær

Hvordan tenker mannlige friluftslivsveiledere de påvirker elevenes valg av friluftsklær sett ut i fra et miljøvennlig perspektiv?



Bacheloroppgave

Friluftsliv

ID3-302

Kandidatnummer. 11 og 22

Høgskolen i Sogn og Fjordane

Forord

Denne oppgaven ble gjennomført i forbindelse med B3 Friluftsliv, ved Høgskolen i Sogn og Fjordane, avdeling Idrett og Friluftsliv.

Når vi startet å jobbe med oppgaven ville vi ikke bare lære oss å skrive en bacheloroppgave, men også jobbe med et tema som engasjerer oss og vi ville lære mer om. Under prosessen har vi påvirket både samboere, familie, venner og forhåpentligvis også lærere til å bli mer miljøbevisste og tenke over klærne de velger å kjøpe. Dette har for vår del vært veldig motiverende og vi har fått større bevissthet rundt vårt eget forbruk og klærne vi velger å kjøpe.

Vi tror og håper at dere lesere finner oppgaven vår interessant og at den gir dere noe å ta med i framtidige prosjekt, studier eller diskusjoner.

Vi vil takke Vegard Vereide for god veiledning med oppgaven og informantene våre som stilte opp på intervju.

Sogndal 18. desember 2009

Johanna Kemppainen og Tonje Dølvik Husbyn

Innhold

1.0 Innledning	5
1.1 Bakgrunn for valg av tema.....	5
1.2 Problemstilling.....	6
2.0 Teori.....	7
2.1 Finnes det en vei mot bærekraftig utvikling?.....	7
2.2 Ansvar for å fremme bærekraftig utvikling	8
2.3 Forbruk	9
2.4 Utfordringer og løsninger, miljøgifter, mulesing og forbruk.....	10
2.4.1 Skallbekledning	10
2.4.2 Ull	11
2.4.3 Forbruk.....	11
2.5 Identitet og kjøpepress.....	12
3.0 Metode	14
3.1 Valg av metode.....	14
3.2 Utvalg.....	14
3.3 Intervju	15
3.4 Validitet og reliabilitet.....	16
4.0 Resultat og diskusjon	18
4.1 Forbilder for et bærekraftig friluftsliv	18
4.1.1 Meningsfull utfordring	18
4.1.2 Forbilder.....	19
4.2 Skolen - Ansvar for å fremme bærekraftig friluftsliv.....	19
4.3 Identitet og kjøpepress i friluftsliv.....	21
4.4 Utfordringer og løsninger	24
4.4.1 Forbruk.....	24
4.4.2 Miljøgifter.....	25
4.4.3 Mulesing.....	25
4.4.4 Økologiske og miljømerkede turklær.....	26
4.5 Miljøsyn	26
5.0 Oppsummering og konklusjon	28
6.0 Litteraturliste	30
7.0 Vedlegg	33

1.0 Innledning

I dagens velferdssamfunn har klesforbruk blitt et stort og synlig forbruksfelt. Det ser ut til at vi raskere skifter identitet (Storm-Mathisen og Klepp, 2006 i Asdal og Jacobsen, 2009).

Vestlandsforskning og SIFO har sett på fritidsforbruk og miljøbelastningene av dette. De fant ut at tradisjonelt friluftsliv var den tredje verste i klassen, da miljøkonsekvenser ble beregnet i form av energiforbruk. Bare feriereiser og besøk til slekt og venner var mer miljøbelastende på grunn av transport med fly og bil. (Bjerck, Klepp, Vittersø i Asdal og Jacobsen, 2009). Overraskende er det at utstyrsbruk i friluftsliv (36 %) krever nesten like mye energi som transport (39 %) (Engeset, 2009). Samtidig tilbyr stadig kommersielle aktører mer avanserte løsninger for å gjøre det "enkle liv i friluftsliv" dyrt, og gjerne også mer miljøbelastende (Bjerck, Klepp, Vittersø i Asdal og Jacobsen, 2009).

Utdanning og skole blir ofte dratt fram som en viktig del av arbeidet mot et bærekraftig samfunn (Balanceakten, 2009). Bør skolen som samfunnsaktør og veiledere i skolen ta et spesielt ansvar for å skape holdninger og være forbilder for ungdommer, som i dagens samfunn må velge hvem de vil være?

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Vi er studenter på bachelorutdanning i friluftsliv og ser ofte tendenser til at studenter på studiet påvirkes av veilederne. Dette inspirerte oss til å ville finne ut om veiledere i friluftssammenheng er bevisste på den påvirkningen de har på sine studenter, og om dette gjenspeiler seg i forbruket deres, og da spesielt i forhold til friluftsklær. Formålet med oppgaven er at vi ønsker mer fokus på temaet og mest fordi vi selv er nysgjerrige på dette temaet.

I undervisningen på friluftslivsstudiet har vi lest tekster av bl.a. Faarlund og Tordsson. Disse gjorde inntrykk på oss og vi velger derfor å sitere dem her, da vi synes at de passer godt til temaet. Faarlund skrev i 1973 at *"Veilederen bør velge sitt utstyr slik at det representerer de prinsipper som læres bort. Man bør begrense seg til nødvendig utstyr som er tilgjengelig for en rimelig pris eller som er selvlaget."* Kan vi tolke dette som at skoler som jobber med miljø og/eller har økosofi på timeplanen bør legge vekt på akkurat dette når de velger utstyr?

Tordsson skriver at:

”En friluftslivsleder må... forstå sig selv som et redskap for noe som er viktigere enn den egne personen: et ideal, en idé, en visjon om menneskelig samvær og sosial utvikling, dypere verdier i møtet mellom menneske og natur, en etisk livsanskuelse... Det må være noe som driver oss, når vi driver med noe”

(Tordsson, 2005:113).

1.2 Problemstilling

Hvordan tenker mannlige friluftslivsveiledere de påvirker elevenes valg av friluftsklær sett ut i fra et miljøvennlig perspektiv?

Med mannlige friluftslivsveiledere mener vi i denne sammenhengen folkehøgskolelærere på friluftslivslinjer. Med friluftsklær mener vi den bekledningen som er vanlig å bruke ute på tur i naturen, som for eksempel skallbekledning og ullundertøy.

2.0 Teori

Her vil vi presentere ulike teorier som er sentrale for å knytte sammen problemstilling og analyse.

2.1 Finnes det en vei mot bærekraftig utvikling?

Bærekraftig utvikling er en samfunnsutvikling som imøtekommer dagens behov uten å svekke mulighetene for kommende generasjoner til å få dekket sine behov (Finansdepartementet, u.å.). Det typiske i dagens samfunn er at de kommersielle kreftene får mye plass, blant annet gjennom media. Det som skjer blant folket, på gressrotnivå er minst like viktig. Virkelig og permanent fornyelse er ofte noe som starter fra folket snarere enn fra maktens sentrum. Samtidig er kunnskapen om dagens diffuse miljøproblem ganske liten blant vanlige mennesker. Derfor finnes det behov for å starte kunnskapsutvikling (Sundqvist, 2003). *”Om något ska förändras sker det nere på gräsrotnivå, bland människor som talar utifrån ett inre behov snarare än genom massupror”* (Sennet, 2000 i Sundqvist, 2003: 278).

Forskeren Gunnar Sundqvist (2003) skriver at spørsmål som handler om miljø og bærekraftig utvikling ofte er en del av den store verden rundt oss. Han sier at det er viktigere å fokusere på den lille verden i nærmiljøet vårt og forankringen vår til den. Om vi kjenner oss trygge og forstår den lille verden blir det også meningsfullt å ta utfordringen om å arbeide for en bærekraftig utvikling. *”Vi behöver regler som incitament och för att eliminera ett destruktivt mänskligt beteende. Mål kan ge fokus, vara dedektor och skapa förväntan på utfall. Visioner kan vara en drivkraft och skapa en helhet i tillvaron”* (Sundqvist 2003: 314).

For at vi skal bli styrt mot et bærekraftig samfunn, bør ledere innen politikk og næringsliv med flere innse hvilken rolle de har som forbilder og dermed også bærere av visjoner. Vår etikk bevises først og fremst gjennom handling og ikke gjennom ord. Det er viktig med forbilder for å skape visjoner. Forbilder kan også bestå av grasrota som tør å gå foran (Sundqvist, 2003).

”Visionens kraft har troligen potentialen att bli den viktigaste drivkraften för en uthållig utveckling. De viktigaste visionerna är troligen knutna till oss som individer. Visioner om att skapa en trygg, uthållig miljö med utgångspunkt i första hand i det lokala samhället”

(Sundqvist 2003:311).

2.2 Ansvar for å fremme bærekraftig utvikling

Agenda 21 ble i 1992 vedtatt på FNs konferanse for miljø og utvikling i Rio de Janeiro. Agenda 21 er en dagsorden for bærekraftig utvikling i det 21. århundret. På denne dagsordenen kommer det fram at *“utdanning er avgjørende for å fremme bærekraftig utvikling og forbedre menneskers evne til å løse miljø- og utviklingsproblemer”* (Balanceakten, 2009). På FNs verdenstoppmøte i Sør-Afrika ti år senere ble landenes utvikling i bærekraftig retning gjennomgått. Det ble slått fast at utdanning er et av de viktigste redskapene i arbeidet for en bærekraftig verden. FN besluttet på bakgrunn av dette at det skal gjennomføres et tiår for utdanning for bærekraftig utvikling i perioden 2005–2014, for å sette fart på denne utviklingen (Balanceakten, 2009). Det holder imidlertid ikke bare med initiativ fra regjeringer og en internasjonal organisasjon for å leve opp til Agenda 21. Agenda 21 sier at bærekraftig utvikling bare kan sikres med bred allmenn deltakelse og aktiviteter på gressrotnivå. Dette gjelder og utdanning for bærekraftig utvikling. Norden er unik i denne sammenhengen på to områder. Lange tradisjoner for aktive folkebevegelser, som både befolkning og regjering lytter til og tradisjoner for folkeopplysning og debatt (Balanceakten, 2009). *“I Brundtlandsrapporten¹ Vår gemensamma framtid (1987), fastställdes att världens lärare har en viktig roll att spela för att åstadkomma de sociala förändringar som krävs för hållbar utveckling”* (Skolverket, 2002 i Eslami og Öberg 2003:7).

Bjørn Tordsson skriver at om man skal påvirke menneskers syn på naturen må veilederen jobbe med både måten man bedriver friluftsliv på og å gjøre elevene bevisste på deres opplevelser (Tordsson, 1993 i Eslami og Öberg, 2003). Elevenes opplevelser må fanges opp og bearbeides for at de så smått skal bli miljøengasjerte individer. Utformingen av uteundervisningen avgjøres av hvilket syn veilederen har på naturen og dette preger undervisningen, som igjen får konsekvenser for elevenes syn på naturen (Eslami og Öberg, 2003).

I følge Sundqvist (2003) kreves det forbilder for og nå en bærekraftig utvikling. Noen som går foran og viser at det er mulig å gjøre noe for å forbedre miljøet. I oppdragelsen av miljøbevisste medmennesker har skolen en nøkkelrolle (Sandell mfl. i Bange og Björk, 2007).

¹ Rapportens sentrale budskap var at vi må dreie utviklingen i en ny retning for å nå målet om bærekraftig utvikling. Ikke bare et mål om å verne naturen og miljøet, men og et mål om å skape rettferdighet i verden, mellom fattige og rike (Bugge, 2004).

Balanseakten er et frivillig prosjekt for alle utdanningsinstitusjoner i Norden som jobber for bærekraftig utvikling. Ved å bli med i dette prosjektet forplikter man seg til å jobbe for 7 verdier og 3 konkrete mål. Blant annet skal elever/studenter undervises i, og diskutere, livstilsanalyse, -sammenligning og -kritikk (Balanceakten, 2009).

”Stiftelsen Miljøfyrtårn tilbyr miljøsertifisering som hjelper private og offentlige virksomheter til å drive lønnsomt og miljøvennlig”(Stiftelsen Miljøfyrtårn, 2009). Det er mange ulike krav innen arbeidsmiljø, innkjøp og materialbruk, energi, transport, avfall, utslipp og estetikk som må oppfylles innen en bedrift får miljøfyrtårnsertifisering (Stiftelsen Miljøfyrtårn, 2008). I dag er det bare tre folkehøgskoler i Norge som er sertifisert (Stiftelsen Miljøfyrtårn, 2009).

2.3 Forbruk

Det finnes mange meninger om forbruk. Det kan forbindes med moralsk forfall, nytelsessyke og miljøproblem. Det kan og forbindes med et mål i seg selv som symboliserer valgfrihet og positiv selvrealisering. I politisk sammenheng handler det om å ta ansvar og hvordan man som forbruker kan bidra til løsninger av samfunnsmessige problem (Asdal og Jacobsen, 2009) Gunnar Kvåle skriver i Bergens Tidene den 25. November 2009 at *”overforbruk av materielle resurser i den rike del av verden med store CO2-utslipp og klimaendringer som konsekvens er et moralsk problem”*. Videre skriver han at

”Filosofen Emmanuel Kant sitt ’kategoriske imperativ’ sier at å leve moralsk er å handle på en slik måte at begrunnelsen for handlingen kan bli til en allmenn lov. Alle andre må da også kunne handle slik vi gjør. Med vårt forbruksmønster bryter vi med dette. Det er åpenbart at det fleste av oss i den rike delen av verden og rike i den fattige delen av verden ikke handler slik at alle andre kan gjøre det samme”

(Kvåle, 2009:23).

Klærne har i det siste blitt billigere og forbrukerne rikere, dette gjør at vi kjøper enda flere plagg. Masseproduksjoner dominerer fremfor skreddersøm og hjemmesøm. Omsetningshastigheten er høy og det resulterer i en rask voksende avfallsmengde. Miljø er blitt satt på dagsordenen på grunn av de store etiske og miljømessige utfordringer avfallet og tekstilproduksjonen fører med seg.

Det er mindre strenge krav til klesvalg ved selskapelige anledninger, men større vekt på klær i sport og fritidsaktiviteter. En ullgenser, vindjakke og bukse holdt lenge under vanlige friluftaktiviteter på midten av 1900-tallet. I dag finnes det spesifikke klær for langrenn,

alpint, tur i fjell og tur i marka. Ungdomsklær har blitt viktigere i forhold til salg og markedsføring av klær og forståelse av mote (Asdal og Jacobsen, 2009).

2.4 utfordringer og løsninger, miljøgifter, mulesing og forbruk

2.4.1 Skallbekledning

Vi som bor i Skandinavia opplever naturen i all slags vær, ingen årstid er fri for nedbør, derfor er vi avhengige av uteklær som fungerer. Skallbekledning lages av tekstil som "puster", gjennom at de slipper ut vanndamp samtidig som de er vindtette og vannavstøtende. Klærne har ofte ulike belegg og impregneringer. Vaskelapper og produktinformasjon som følger med plagget gir ikke forbrukere nok informasjon om ulike kjemiske forbindelser. Bare laboratorietester kan finne ut om plagget inneholder miljøgifter² (Norges Naturvernforbund, 2006).

Vinteren 2006 gjennomførte Norsk institutt for luftforskning stikkprøver av allværsjakker. Resultatet viste at jakkene inneholder høye nivåer av fluorerte miljøstoffer³ (Pedersen, 2009). Giftene er svært vanskelig å bryte ned, de tas opp i levende organismer og har vist seg å skade forplantning og hormonfunksjoner hos pattedyr (Norges Naturvernforbund, 2006.).

I følge miljøinformasjonsloven har forbrukere rett til å vite hvilke miljøfarlige stoffer tekstilene inneholder. Siden tekstilproduksjonen og varehandelen er globalisert og uoversiktlig, er det store utfordringer for forbrukerne å få tak i informasjonen. Naturvernforbundet mener derfor at de verste miljøgiftene bør forbys (Pedersen, 2009). PFOS⁴ står på listen "Prioriterte stoffer med mål om vesentlig reduksjon i 2010" (Statens forurensningstilsyn, 2008). Ifølge Norges Naturvernforbund (2007) er det bare den svenske klesprodusenten Klättermusen som tilbyr produkter helt uten flourkjemikalier innen allværsklær. Noen produsenter merker nå allværsklær med at de er uten PFOS. Dette gir en viss forsikring, men de beslektede fluorkjemikaliene som brukes isteden er foreløpig ikke risikovurdert og funnet sikre (Pedersen, 2009).

På hjemmesidene til Klättermusen kan vi lese at de gir pant til de som leverer inn utslitte klær. Tekstilen gjenvinnes og brukes til nye klær (Klättermusen, 2009). Den Norske

² Miljøgifter er kjemikalier som er lite nedbrytbare, kan hoppe seg opp i levende organismer og er giftige (Statens forurensningstilsyn, 2009).

³ Fluorerte miljøgifter brukes i klær og forbruksartikler (Norges Naturvernforbund, 2007).

⁴ PFOS er en giftig fluorert miljøgift (Norges Naturvernforbund, 2007).

klesprodusenten Stormberg (Stormberg, 2009) og svenske Houdini (Houdini, u.å.) informerer og at de gjenvinner klærne sine for å ta vare på miljøet.

2.4.2 Ull

Friluftslivsmiljøet sitt syn er at ull er bra, men er alt bra med ull? Mulesing er kirurgisk fjerning av hudstykker rundt sauens haleparti. Inngrepet er veldig smertefullt og skjer uten bedøvelse. Dette er en vanlig metode å bruke på merinosauer i Australia for å hindre angrep fra saueflue parasitter. Praksisen er svært omstridt og forbudt i mange land og utføres heller ikke i Norge. Siden norsk ull ofte blandes ofte med ull fra utlandet kan også denne ullen inneholde ull fra sauer som er utsatt for mulesing (Eikum, u.å.).

Over femti prosent av verdens merinoull produseres i Australia, halvparten av denne eksporteres til Kina. Siden Norge importerer stor mengde ullklær direkte fra Kina er stor sannsynlighet at mange av ullklærne som blir solgt i Norge har opprinnelse i Australia. Forhåpentligvis blir det snart slutt på mulesing siden Den internasjonale dyrevernsorganisasjonen, PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) inngikk en avtale med aktørene i australsk ullindustri i 2007. PETA fryser boikottkampanjen de har ført siden 2003 mot at mulesing skal opphøre fra 2010 (Eikum, u.å.).

Det kan være vanskelig å vite om produktene en kjøper anvender merinoull fra Australia. Men vi vet at klesprodusenter som norske Janus (Janusfabrikken AS, 2008), Kari Traa (Eikum, u.å.) og Aclima (Fjeld & Fritid online, 2008) boikotter merinoull fra Australia. Andre produsenter som garanterer at de ikke bruker ull fra sauer som er utsatt for mulesing er Icebreaker, Patagonia (Eikum, u.å.) og Arcteryx (Fjeld & Fritid online, 2008). Om en er usikker på om det foregår mulesing er det tryggeste og la være å kjøpe produkter med merinoull. Kjøper man økologiske klær kan man og være sikker på dyrene ikke blir utsatt for dyremisshandling (Eikum, u.å.).

2.4.3 Forbruk

Økologisk regelverk stiller strengere krav til dyrevelferd, fôr og kjemikaliebruk i både dyreholdet og tekstilproduksjonen enn på konvensjonelle produkter. Økologisk ulltekstil er derfor et viktig alternativ, men en veldig liten markedsandel (Schulze, Sele mfl., 2008). *”Hvis flere forbrukere etterspør miljømerkede klær, d.v.s. klær som er merket med de offisielle miljømerkene Svanen og Blomsten, så vil det bidra til å øke presset på aktørene”* (Jortveit, 2008).

Avfallsminimering er et godt miljøtiltak, og for klær er det avgjørende med lengre brukstid. I form av mindre transport bidrar det til miljøbesparelser. Økt omsetning av miljømerkede tekstiler er veldig bra, men bare om det erstatter kjøp og bruk av et annet plagg (Schulze, Sele mfl., 2008). Om man vil endre sitt klesforbruk i en mer bærekraftig retning er det beste rådet å begrense innkjøpet av nye klær. I stedet for å kjøpe mange billige, bør man i stedet kjøpe noen virkelige kvalitetsplagg. Det viktigste er at klærne passer kroppen og de bruksområder de er tenkt til. Bare favorittklær er det beste for en selv, og vårt felles miljø (Klepp, 2007).

2.5 Identitet og kjøpepress

I dagens samfunn står individualisering mye sterkere enn tidligere. Dagens ungdom har mange muligheter, og må derfor foreta en mengde valg. Dette gjelder spesielt for unge mennesker som står på terskelen til voksenlivet og nå må bestemme seg for hvem de vil være og hvordan de vil framstille seg selv. Gjennom fritidsinteressene kan man signalisere hvem man vil være gjennom for eksempel klær. I denne sammenhengen kan en og forstå det moderne friluftslivet. Moderne friluftslivsaktiviteter kan fungere identitetsbyggende nettopp fordi de er nye og trekker oppmerksomhet. Om det er aktiviteter som ikke så mange andre driver med, kan meningsuttrykket bli ekstra tydelig. Dette gjelder også i tradisjonelt friluftsliv (Heggen, Myklebust og Øia, 2001).

Dagens ungdom kan lettere gå nye og egne veier enn tidligere, da det var mer vanlig å følge tradisjonen og gå i foreldrenes fotspor. Valg som "hvem du er" og "hva du skal bli" har blitt den enkeltes personlige prosjekt. Valgene må gi mening og være betydningsfulle for hvert enkelt individ. Tradisjonen i friluftsliv vil i påvirkning av det moderne samfunnet bli mer individualisert (Bischoff og Odden, 1999). *"Individualiseringen går i retning av den enkeltes behov for å skape sin egen historie gjennom valg av aktiviteter, væremåte og handlinger - identitetsskaping"* (Bischoff og Odden, 1999:4).

Mennesket er forandrelig og er stadig i søking etter en identitet, det anpasset seg etter den globaliserende verden vi i dag lever i. Gjennom forskjellige inntrykk fra mennesker rundt oss og inntrykk fra media, skaper vi oss selv. Ungdommer er kanskje de som blir mest påvirket av medienes budskap om et stadig foranderlig klesforbruk. Klær er en relativ enkel måte å vise identiteten sin på (Giddens, 1995 i Bergström, Norberg og Palmgren, 2009).

"Giddens menar att människan alltid jämför sig med andra människor och skapar sig sedan en identitet utifrån sina iakttagelser. Människan är ett flockdjur så det är naturligt att hon försöker finna en enkel väg för att passa in i den grupp hon vill tillhöra"

(Giddens, 1990 i Bergström, Norberg og Palmgren, 2009:16).

I arbeidsrapport nr. 4-1998 "Kjøpepress... hva er det for noe?" skriver forskeren Storm Mathisen at kjøpepress kan i følge hennes forskning oppsummeres som et sosialt press blant ungdommer. Hun mener at kommersielle krefter spiller en viktig rolle i utviklingen av dette presset med konstant nye tilbud eller gjennom at personer med høy status internt i miljøene videreformidler denne informasjonen om nye produkter til gruppen. Gjennom disse personene, som har høy status internt i miljøene, får kommersielle kilder stor innflytelse på skapelsen av klesnormer og kjøpefremmende prosesser i ungdomsmiljøene. Hun sier at det kan være anledning til å stille spørsmål når mange kommersielle aktører forsøker å nå ungdomsgruppen, ikke bare gjennom tradisjonelle reklameformer, men også gjennom å sponse eller informere disse "ledere" som har høy status internt i miljøene.

Videre skriver hun at kjøpepress i ungdomsmiljøet handler mye om forestillinger om at man må ha visse klær for å være "en del av gjengen" eller for å oppnå en viss sosial status i den gruppen man ønsker å tilhøre. De som allerede er "en i gjengen" kjenner at de behøver flere og mer fremhevede klær for å oppnå høyere sosial posisjon eller for å opprettholde den man har. Kjøpepress behøver derfor ikke være et ytre press. Det kan like gjerne ses som ett resultat av ungdommens speiling av seg selv i omgivelsene (Storm-Mathisen, 1998).

I undersøkelsen som ble gjort på trettenåringer kom det fram at kjøpepress kan føles som en sterk opplevelse i tidlige tenår. *"Nykommere har lett for å gripe de store linjene først og overta og praktisere ungdomsgruppens normer på en relativt rigid, streng og statisk måte"* (Storm Mathisen, 1998:173). Ved å være ny i ungdomsgruppen, pubertetsutvikling og miljøforandringer, antas trettenåringer å være maksimalt utsatt for rolleusikkerhet (Storm-Mathisen, 1998).

3.0 Metode

I dette kapittelet vil vi presentere valg av metode, utvalg av informanter og hvordan vi jobbet med utarbeiding av intervjuguide og gjennomføring av intervju.

3.1 Valg av metode

I dette prosjektet kunne vi velge å bruke kvantitativ eller kvalitativ metode. Både den kvantitative og den kvalitative metoden har som formål å bidra til en bedre forståelse av det samfunnet vi lever i og hvordan enkeltmennesker, grupper og institusjoner handler og samhandler innenfor dette (Holme og Solvang, 2003).

En kvantitativ undersøkelse legger vekt på å få opplysninger om mange undersøkelsesenheter og blir ofte gjennomført i form av spørreskjema. Resultatet av forskningen er ofte tall som blir framstilt ved hjelp av tabeller, grafer eller i andre statistiske fremstillinger (Holme og Solvang, 2003).

I kvalitativ metode konsentrerer man seg derimot om og innhete opplysninger om få undersøkelsesenheter, og undersøker disse svært grundig. I kvalitative metoder er det forskerens forståelse eller tolking av informasjon som blir vektlagt, for eksempel tolking av meningsrammer, motiver, sosiale prosesser eller sammenhenger. Alt dette har den fellesnevneren at det ikke kan eller bør tallfestes. Kvalitative undersøkelser kan gjennomføres på ulike måter; direkte observasjon, direkte deltaking, informant- og respondentintervju og dokumentanalyse (Holme og Solvang, 2003).

Vi valgte å bruke en kvalitativ metode i forskningen vår. Dette fordi vi er ute etter refleksjon og dypere meninger fra informantene. Observasjon kunne vært med på å gi oss et godt grunnlag for forskningen, det ville derimot krevd mye mer tid enn vi hadde til rådighet. Vi endte derfor opp med å bruke dybdeintervju.

3.2 Utvalg

I utgangspunktet ville vi intervjuet to eller tre veiledere ved høgskolen vi selv studerer. Etter veiledning ble vi oppfordret til å ha et bredere utvalg der informantene var ansatt på ulike høgskoler. Personlig kjennskap til informantene kan også være en ulempe under analysen. Etter hvert som vi jobbet med problemstilling og intervjuguide, fant vi sammen med veileder ut at informantene våre like gjerne kunne være ansatt ved folkehøgskoler som ved

høgskoler. Folkehøgskolelærere og høgskolelærere på friluftslinjer har mange fellestrekk i jobben sin, og vi mener derfor det ikke hadde så stor betydning om vi valgte den ene eller andre gruppen.

Vi valgte ut to tilfeldige lærere som jobber på friluftslivslinjer ved to ulike folkehøgskoler. Vi kontaktet de først over telefon, for så å møte dem for dybdeintervju. Vi velger å anonymisere både skolene og informantene ved å gi de fiktive navn, dette fordi vi ikke ser noen grunn til å oppgi dette i rapporten.

Anders: 30 år og kommer fra Island, jobber som lærer på linja "Friluftsliv/vertikal" på Kil folkehøgskole, der han har jobbet siden høsten 2008. Anders har bachelorutdannelse fra høyskolen i Bø i Telemark i tillegg til annen samfunnsfaglig utdanning.

Bjørn: 34 år og kommer fra Østerrike, jobber som lærer på linja "Klatring og ski" på Karabin folkehøgskole, der han har jobbet siden høsten 2007. Bjørn har mastergrad i friluftsliv og trenerstudiet på Norges Idrettshøgskole.

3.3 Intervju

Etter vi hadde bestemt oss for problemstilling og funnet noe teori gikk vi i gang med å utarbeide intervjuguide. En intervjuguide kan være en grov skisse av hvilke emner som skal dekkes, eller den kan være et detaljert oppsett med nøyaktige spørsmålsformuleringer (Kvale, 1997). Vi bestemte oss for å lage en detaljert guide med nøyaktige spørsmål. Når vi gjorde det på denne måten, tenkte vi sannsynligheten for å få svar på det vi ønsket ble stor.

Noen tema vi ville gjennom i løpet av intervjuet

- Påvirkning av elever
- Miljø og etikk i undervisningen
- Bevissthet i forhold til bruk av friluftsklær
- Miljøsyn og forbruk
- Oppfatning av kollegers/skolens miljøsyn

Undersøkelsespersonene danner seg fort et bilde av forskeren. De vil kanskje prøve å leve opp til de forventningene de tror forskeren har. Forskeren må derfor prøve få frem holdningene som er undersøkelsesenes egne. Dette vil en på best mulig måte få frem ved å ha rollen som den interesserte lytter (Holme og Solvang, 2003). Vi prøvde å utarbeide

en intervjuguide med åpne spørsmål og et dagligdags språk som intervjuobjektene skulle kunne svare spontant på. Vi prøvde og å forme spørsmålene slik at det ikke var et svar som var mer korrekt enn et annet, slik at det intervjuobjektet forhåpningsvis følte og mente skulle komme frem. Siden vi har lite erfaring fra forskningsfeltet kan det være med å påvirke resultatet. Informantene kan ha missoppfattet spørsmålene, men under tolkningen av lydopptakene våre kan vi ikke se at dette har skjedd.

Det er opp til de som intervjuer å skape en atmosfære hvor den intervjuede føler seg trygg. Ved å lykkes i dette kommer egne opplevelser og følelser frem. Intervjueren får nær tilgang til intervjupersonens verden, ikke bare gjennom ord, men gjennom tonefall, ordvalg og kroppsspråk (Kvale, 2007). Tidlig i planleggingsprosessen hadde vi som alternativ å ta intervjuet over telefon eller e-post. Personlige uttalelser og følelsesuttrykk hadde da kanskje falt bort, derfor var det viktig for oss å møte intervjuobjektene. Vi valgte og at begge var med under selve intervjuet da intervjupersonene ikke følte ubehag ved dette. Ved at begge er med under selve intervjuet, får vi samme grunnlag for videre tolkning når det gjelder kroppsspråk og tonefall. Selv om en av oss hadde hovedansvar for å intervjuer, kunne vi begge komme med oppfølgingsspørsmål om vi ønsket det. På denne måten tror vi det blir enklere å tolke intervjuet.

Etter vi hadde gjennomført intervjuene skulle de transkriberes fra muntlig til skriftlig form. De blir da strukturert slik at de er bedre egnet for analyse. Struktureringen av materialet er i seg selv en begynnelse på analysen (Kvale, 2007). Det at vi har tatt opp intervjuet på lydbånd er med på å gjøre intervjuene til et pålitelig underlag for å bruke til senere tolkning.

3.4 Validitet og reliabilitet

Begrepet validitet kan enklere forstås ved å bruke det engelske ordet valid. Altså at noe har gyldighet eller relevans og at man vet hva man undersøker. Man sikrer god validitet i kvalitativ forskning gjennom å være saklig og pålitelig når man intervjuer og analyserer (Halvorsen, 2007).

I kvalitativ metode er det enklere å sikre høy validitet enn i kvantitativ metode, siden en kan gjøre endringer underveis om en oppdager at det er andre ting som er viktig i forhold til problemstillingen. Siden informantene får snakke fritt og ta opp det de selv ønsker, kan flere

forklaringsmåter komme opp. Det at det er en fleksibel prosess bidrar til mer valid informasjon (Larsen, 2007).

"Reliabilitet viser til nøyaktighet eller pålitelighet, og at nøyaktighet har ligget til grunn i prosessen" (Larsen, 2007:80). Et eksempel kan være at flere forskere kommer fram til samme resultat om de gjennomfører samme undersøkelse. Under intervju er det stor mulighet for at informanten kan bli påvirket av situasjon og den som intervjuer. Hadde det vært en annen setting og en annen som gjennomførte intervjuet hadde kanskje informanten sagt noe annet (Larsen, 2007). Dette kan påvirke resultatet. Høy reliabilitet handler og om hvordan de innsamlede dataene blir behandlet (Larsen, 2007). Vi har transkribert intervjuene og er sikre på at svarene fra de forskjellige informantene ikke blir blandet sammen. På denne måten er vi med og sikrer at reliabiliteten blir høyest mulig.

4.0 Resultat og diskusjon

I denne delen vil vi presentere svarene vi fikk under intervjuene og diskutere dem sammen med relevant teori. Vi vil finne ut hvordan mannlige friluftslivsveiledere tenker de påvirker elevenes valg av friluftsklær sett ut i fra et miljøvennlig perspektiv.

4.1 Forbilder for et bærekraftig friluftsliv

4.1.1 Meningsfull utfordring

Under samtalene får vi vite at begge skolene jobber med miljøtiltak på flere måter. Begge skolene forsøker blant annet å redusere blant annet flyreiser på grunn av miljøet. Vi skrev tidligere at det er viktig å ha fokus på nærmiljøet og hvordan en kan påvirke det i stedet for å fokusere på den store verden rundt oss (Sundqvist, 2003). Vi får en oppfattelse om at veilederne opplever det betydningsfullt å jobbe med miljøspørsmål på skolen. Anders sier:

”Vi har jo temadager om miljø, og da er det strukturert men det går nødvendigvis ikke på klær... Jeg hadde kunne tenkt meg at det var mer velvilje på skolen til å satse på noe som er mindre miljøbelastende men også ha mindre PR verdi til for eksempel utenlandsreiser.”

Han forklarer at skolen fungerer som en ”butikk” som er avhengig av å selge opplegget for å få elever, og da er utenlandsreiser et trekkplaster.

”Vi kan gå ut med det perfekte ideologiske opplegget men om vi bare får to elever så går det ikke. Men vi kan i stedet tilpasse opplegget til det vi tror de har lyst på, så kan vi heller få de med oss når de kommer. Mange tror når de kommer at de vil klatre is og kjøre bratte renner, men så vil de ofte sitte rundt bålet og spille gitar og hekle luer.”

”Så man må finne andre positive ting for hvordan man skal gjøre opplegget mer miljøvennlig”

Anders sin skole jobber og med å bli godkjente som miljøfyrtårn. Han forteller at søppelsortering og fokus på mat er på plass, men at det fortsatt er mange andre ting å jobbe med. *”Stiftelsen Miljøfyrtårn tilbyr miljøsertifisering som hjelper private og offentlige virksomheter til å drive lønnsomt og miljøvennlig.”*(Stiftelsen Miljøfyrtårn, 2009) Det er mange ulike krav innen arbeidsmiljø, innkjøp og materialbruk, energi, transport, avfall, utslipp og estetikk som må oppfylles i en bedrift for å få miljøtårnsertifisering (Stiftelsen Miljøfyrtårn, 2008). I dag er det bare tre folkehøgskole i Norge som er sertifisert (Stiftelsen Miljøfyrtårn), men vi har fått inntrykk at flere og flere jobber med å få denne sertifiseringen.

Bjørn forteller: *"Så er det ett prosjekt som heter "Kortreist mat" der vi skal bruke mat fra nærmiljøet for å tenke på miljø. Slike tanker gjør vi oss på skolen. Men egentlig har vi ikke kommet så langt at vi tenker på miljø- klær."*

Vi kan ikke med sikkerhet vite om skolene jobber med miljø for miljøets skyld eller om det er et salgstriks i denne "butikken" som Anders nevnte. Vi får likevel inntrykk av at veilederne synes dette er meningsfullt. På enkelte områder har skolene kommet langt, men er veilederne bevisste på sine roller som forbilder?

4.1.2 Forbilder

Sundqvist (2003) skriver at vi behøver forebilder som går foran og viser at det er mulig å skape en bærekraftig framtid. Om å være et forbilde sier Bjørn:

"Jeg må være bevisst når jeg er inne i en undervisningssituasjon og har elevene, at jeg er på et vis forbilde. En som viser fram og at de liker å ta etter meg. Jeg tar hensyn til det. Men på min måte å handle på og når vi er på tur, så vet jeg at jeg er et forbilde og at jeg må oppføre meg etter de kravene som behøves."

Anders er enig. Han sier at *"Man er jo et forbilde på mange områder... Men at jeg påvirker er det ingen tvil om, det gjør man."* Veilederne er bevisste på at de er forbilder for elevene. Ettersom friluftslivsveiledere er forbilder mener Tordsson at *"man må forstå seg selv som et redskap for noe som er viktigere en den egne personen."*(Tordsson, 2005: 113) og Faarlund skriver *"Veglederen bør velge sitt utstyr slik at det representerer de prinsipper som læres bort."* (Faarlund, 1973:7.4). I den her oppdragelsen av miljøbevisste medmennesker har skolen en nøkkelrolle (Sandell mfl. i Bange og Björk, 2007).

4.2 Skolen - Ansvar for å fremme bærekraftig friluftsliv

I Agenda 21 kommer det frem at utdanning er viktig for å fremme bærekraftig utvikling (Balanceakten, 2009). Vi spør om hvor stor plass miljø og etikk i utstyrssammenheng har i friluftslivsundervisningen. Anders forteller:

"Det er lite som er strukturert. Jeg har ingen egen time der jeg prater om miljøprofil. Det tror jeg er ganske problematisk i forhold til at det blir "flottere" å kjøpe Klättermusen og "fy skam deg" du som kjøper noe annet. Så, det er lite plass egentlig, i alle fall i strukturert form. Det er mer indirekte i forhold til hvilke signaler man sender. Om du for eksempel kjøper en goretex dress hvert år eller om du kommer i en gammel regnjakke og ullgenser."

Bjørn sier:

”De får en veiledning, eller i en av mine timer prater vi om klær men da nevner jeg fordeler med goretex jakke, en av delene er goretex jakke, dun, kunstfiber, syntetisk material, ull, naturlig bomull og sånn. Jeg gir et overblikk av ulike material for dem men jeg anbefaler ingen spesielle. Spesielt dyre plagg anbefaler jeg ikke. Altså anbefaler jeg ull men jeg sier ikke at du skal kjøpe en mammut goretex jakke, den er mye bedre enn Stormberg goretex jakke. Det sier jeg ikke.”

Det virker som at veilederne opplever det problematisk å undervise om miljøvennlige alternativ innen friluftsklær. Det virker heller ikke som om det er noe fokus på overdriven forbruk. Blir det da enda viktigere å tenke på hvordan man påvirker elevene indirekte? Eslami og Öberg (2003) skriver at elevenes opplevelser må fanges opp i naturen og bearbeides for at de så smått skal bli miljøbevisste individer. Vi tolker dette som at veiledere og lærere må jobbe bevisst med elevenes holdninger om miljø og forbruk for å skape miljøbevisste individer. At vi ikke bare kan ta med elevene ut i naturen og håpe på det beste. Som vi tidligere skrev så må veiledere jobbe med måten de bedriver friluftsliv på om de skal gjøre innvirkning på elevenes syn på naturen (Tordsson, 1993 i Eslami og Öberg, 2003).

Ettersom veilederne opplever det problematisk å undervise om etiske og miljøbevisste klær, lurer vi på om skolen og kollegene har et annerledes syn på dette temaet. Anders sier:

”Det er litt ulikt, men mange av grunntankene er nok de samme. Det er ingen som vil at elevene skal kjøpe to par ski. Litt ulikt fokus er det nok på det, men jeg tror alle er ganske bevisste på at de er forbilder og at vi skal unngå kjøpspress. Eller unngå at de skal kjøpe mer enn hva de trenger”

Bjørn sier:

”En kollega av meg tenker veldig mye på det. En annen kollega som også er friluftslivslærer, jeg tror ikke at han tenker så mye bevisst på det, men han bruker veldig lite penger på utstyr i forhold til meg. Så jeg er nok den som har, sikkert mest å by på, en jeg er kanskje også den som bruker det mest.”

Både Anders og Bjørn sier at det finnes ulikheter blant kolleger, kanskje noe mer på Bjørns skole. Det har i det siste blitt mer fokus på klær og utstyr. og På midten av 1900-tallet holdt det lenge med en ullgenser, en vindjakke og bukse (Asdal og Jacobsen, 2009). Kan dette være fordi noen av kollegene har et mer tradisjonelt syn på friluftsliv, mens andre blir påvirket av dagens ”utstyrshysteri”?

4.3 Identitet og kjøpepress i friluftsliv

Vi har tidligere sett at individualisering står sterk i dagens samfunn og at ungdommer må bestemme seg for hvem de vil være og hvordan de framstiller seg selv (Heggen, Myklebust og Øia, 2001). Vi spurte derfor veilederne om de ønsket å påvirke elevenes valg av friluftsklær.

Anders og Bjørn har ulike meninger om hvor mye de ønsker å påvirke elevene. Anders ønsker å påvirke elevene gjennom å vise dem hva som fungerer og nødvendigvis ikke trenger å være det dyreste. Om Anders skal anbefale en jakke sier han:

”Det første kriteriet er at de ikke skal bruke for mye penger, for de bruker veldig mye penger fra før... om de har god råd, så ser jeg jo om de kan se på miljøprofilen til de produktene som for eksempel Klättermusen som har en veldig fin miljø profil. Men det er jo dobbelt også, for de som har dårlig råd får heller kjøpe et plagg som ikke har bra miljøprofil. Så det er veldig vanskelig”

Vi får inntrykket av at Anders har tenkt på hvordan han ønsker å påvirke elevenes utstyrvalg. Anders legger også til at han heller vil at elevene kjøper...”*noe ordentlig enn at de kjøper masse som er så som så*”. Dette stemmer bra med det Ingun Klepp (2007) skriver om at vi heller skal kjøpe riktige ”perler” til klær enn mange billige klesplagg for å spare vårt felles miljø. Bjørn sier derimot at han ikke ønsker å påvirke elevene i det hele tatt. Kanskje oppfatter Bjørn ordet ”påvirke” som noe negativt og derfor gir han et svar han tror vi ønsker. Senere forteller han:

”Jeg fronter meg ikke akkurat som en, som er sånn. Jeg prøver i utgangspunktet å være ganske miljøvennlig, men jeg fronter det ikke sånn skikkelig mot elevene. Jeg sier gjerne at vi må ta vare på naturen og slå av lyset for eksempel, ellers blir alle fossene lagt i rør og det men. Jeg henviser til når vi er på tur att med drivhuseffekt og oppvarming, hvilke konsekvenser det har det vi holder på med. Det blir mindre og mindre snø og isbreene forsvinner. På dette viset prøver jeg å få dem til å tenke så de får være reflekterte. Men jeg fronter ikke noen spesielle økologiske klær eller merker. Da vil jeg gå imot min.. Altså blir jeg heller ikke sponset av de bedriftene. Jeg vil heller prøve at folk får tenke selvstendig over ting. At de forstår sammenhengen enn at jeg sier noe.”

Bjørn sier at han ikke vil fronte noe spesielt i forhold til klær. Bevisst eller ubevisst fronter han vel de klærne han velger å bruke?

Vi ville vite mer om veilederens oppfatning over sin egen rolle og spurte derfor *i hvilken grad de tror at de er med på å påvirke elevenes klesvalg innen friluftsliv*. Også her skilte svarene seg fra hverandre.

Bjørn tror ikke at han påvirker så mye.

"En folkehøgskole elev har som regel et helt nytt sett med klær og jeg tror ikke jeg har så stor påvirkning på det, kanskje om det er plagg som sitter helt innerst på kroppen, om det er ull og sånn så påvirker jeg, men ellers så har jeg følelsen av at de har det de behøver i utgangspunkt fra før. Så jeg tror ikke jeg har så stor påvirkning på det."

Anders mener derimot at han påvirker i stor grad. *"Jeg tenker selv at jeg påvirker ganske mye indirekte med de klærne jeg har på meg. Om jeg står i splitter ny goretex dress eller om jeg har på en gammel ullgenser og gammel regnjakke. Så påvirker jeg de direkte når de spør om råd."*

Anders forteller videre at han har solgt dunjakka si, nettopp for å minske kjøpepresset blant elevene. Storm-Mathisen (1998) skriver i en undersøkelse at personer med høy status internt i miljøene har stor innflytelse på skapelsen av klesnormer og kjøpefremmede prosesser i ungdomsmiljøene. Kan veiledere på folkehøgskoler ses på som disse personene med høy status?

I samme undersøkelse gjort på trettenåringer tyder det på at kjøpepress kan opptre som en spesielt sterk opplevelse i tidlige tenår. Som en følge av nykommerstatus i ungdomsgruppen, pubertetsutvikling og kontekstuelle forandringer antas trettenåringer å være maksimalt eksponert for rolleusikkerhet.

Kan folkehøgskoleelever som kommer til et nytt miljø uten å kjenne særlig mange være eksponert for samme rolleusikkerhet? *"Nykommere har lett for å gripe de store linjene først og overta og praktisere ungdomsgruppens normer på en relativt rigid, streng og statisk måte"* (Storm-Mathisen, 1998:173). Anders sier *"Vi har sånn evaluering hver dag og da var en av tilbakemeldingene vi fikk forrige år, var at de kjente at det var kjøpepress."*

Vi ville vite mer om dette og spurte om veilederne føler at det er utstyrspress blant elevene.

Bjørn svarte:

"Nei, det tror jeg ikke, det finnes noen studenter som er veldig utstyrsfanatikere og kjøper veldig mye og helst vil ha godt og dyrt utstyr og legger vekt på det, men jeg tror ikke at det er sånn at, du jeg har en Norønna jakke, hvorfor har du bare en Bergans jakke. Det tror jeg ikke. Det er i alle fall ikke kjent for meg. Det er mulig at det er det blant elevene, men det tror jeg ikke, ikke på en folkehøgskole."

Anders svarte:

”Ja! Uten tvil! Eller både og. Altså hekler de jo og syr vindvotter og slik, og det har veldig høy status. Men det er ingen negativ fokus på de som har billig utstyr. Det er ikke sånn at du blir mobbet om du ikke har Arcteryx og fete kjøreski, overhode ikke. Men de er interessert i utstyr og prater om det internt, det gjør de helt sikkert og det skaper jo en eller annen form for kjøpepress vil jeg tro.”

Anders og Bjørn har ulike oppfatninger om utstyrspresset blant elevene. Begge forteller at det ikke blir sett ned på de elevene som har ikke har det ”feteste” utstyret, men det virker som at det finnes en generell oppfatning om hva som er bra. Vi tror at siden veilederne har fått en oppfatning om at Norrøna, Arcteryx og fete ski er kult, har helt sikkert elevene litt av den samme oppfattelsen. Dette tror vi er med å skape utstyrspress. I teorien har vi tidligere skrevet at kjøpepress i ungdomsmiljøet handler mye om forestillinger om at man må ha visse klær for å være ”en del av gjengen” eller for å oppnå en viss sosial status i den gruppen man ønsker å tilhøre. De som allerede er ”en i gjengen” kjenner at de behøver flere og mer fremhevede klær for å oppnå høyere sosial posisjon eller for å opprettholde den man har. Kjøpepress behøver derfor ikke være et ytre press. Det kan like gjerne ses som ett resultat av ungdommens speiling av seg selv i omgivelsene (Storm-Mathisen, 1998).

Hvorfor Anders og Bjørn har ulik oppfattelse om utstyrspress blant elevene tror vi kanskje kan være fordi de har ulik oppfattelse av hva de legger i ordet utstyrspress. Kanskje har ikke Bjørn så godt innblikk i hvordan ungdommer opplever utstyrspress? Vi får inntrykk av at Anders har tenkt nøye over hvordan han påvirker elevene og hvordan han vil framstille seg selv. Vi oppfatter det som at han er veldig klar over at det eksisterer kjøpepress og at man påvirker hverandre, både elever og lærere. Dette understreker det Giddens (1995) sier om at mennesket alltid sammenligner seg selv med andre mennesker og skaper seg en identitet ut i fra det de ser. Han sier og at mennesket er et flokkdyr, og at det er naturlig og forsøke å finne en enkel måte å passe inn i en gruppe som en ønsker å tilhøre.

Under samtalen forteller både Anders og Bjørn at de gjennom folkehøgskolen har avtale med ulike utstyrsprodusenter slik at de får bedre pris på friluftsklær. Anders synes det er synd at skolen ikke har avtale med Klättermusen. Storm-Mathisen (1998) sier at det kan være anledning til å stille spørsmål når kommersielle aktører forsøker og nå ungdomsgrupper gjennom å sponse eller informere ”ledere” som har høy status i miljøet.

Om veilederne som i denne sammenhengen kan sees på som "ledere" går med klær av spesielle merker, blir naturligvis elevene påvirket av dette. Det krever derfor en desto større gjennomtenking fra veiledernes side.

4.4 utfordringer og løsninger

Siden veiledere i friluftsliv jobber utendørs i all slags vær, er de avhengige av uteklær som fungerer. Vi valgte derfor å se på hvilke utfordringer veilederne står ovenfor og hvilke løsninger som finnes når det gjelder valg og forbruk av turklær.

4.4.1 Forbruk

Forbruk er blitt et veldig aktuelt tema i dagens samfunn. Det kan forbindes med alt fra miljøproblemer til positiv selvrealisering. I denne oppgaven har vi gått ut i fra at det er et miljøproblem. Gunnar Kvåle (2009) sier blant annet at alle må kunne handle likt, slik vårt forbruksmønster er i dag er ikke dette mulig. Vi var derfor interessert i å vite hvor ofte Anders og Bjørn kjøper nye turklær.

Anders forteller at han for ikke veldig lenge siden hadde investert i ny jakke, og for omtrent et år siden kjøpt ny skallbukse. Den gamle jakken var da fem år, mens forrige bukse ble kjøpt i 2000. Vi får inntrykk av at Anders ikke kjøper nye skallklær så veldig ofte. Han er mye ute både på fritida og i jobbsammenheng og hans skallbekledning er rimelig utslitt før han velger å kjøpe nytt. Bjørn forteller at goretex jakken han bruker nå er fire år gammel, og at han ofte kjøper klær når han får det billig.

"Det kan hende, om jeg får det billig, at jeg kjøper to stykker, så har jeg en hengende til den andre er utslitt, så tar jeg neste. Jeg bruker ganske mye utstyr, så jeg bruker nok en del friluftslivsutstyr i løpet av årene, om det er klær eller ski. Så ligger jeg nok over gjennomsnittet, men det er min jobb og min fritid. Så jeg bruker det ganske mye."

Her får vi inntrykk av at Bjørn også sliter ut sitt utstyr før han begynner å bruke det nye, men han legger ikke skjul på at han kjøper ganske mye utstyr. Han sier at han er mye ute i både fritids- og jobbsammenheng og forbruker nok mer enn gjennomsnittet.

Er det en definisjonssak hva som utslitt? Noen mener kanskje at en skalljakke er utslitt om den trekker inn litt vann, men kan man da bruke den til noe annet? Den holder sikkert fortsatt mot vind. Det er vanskelig å vite hva Anders og Bjørn legger i dette når de sier at de sliter ut sine klær.

Forskeren Klepp (2007) sier at det beste rådet for å endre sitt forbruk i en mer holdbar retning er å begrense innkjøpene av nye klær. Dette får vi inntrykket av at Anders gjør. Vi får inntrykk av at Bjørn handler mer ut i fra økonomiske interesser, og ikke så mye med tanke på å forbruke mindre.

4.4.2 Miljøgifter

Mange av friluftsklærne inneholder ulike kjemiske forbindelser som det ikke opplyses om, og der blir derfor vanskelig for forbrukeren å vite om plaggene deres inneholder miljøgifter (Norges Naturvernforbund, 2006). Vi spurte om informantene våre var opptatt av dette når de kjøper skallbekledning. *"Om du kjøper en goretex jakke fra "Mammut" eller "Norrøna" eller "Arcteryx", materialet er det samme, alle har jo det samme. Det eneste som er forskjellen er hvordan de syr det og hvilket material de bruker."* sier Bjørn.

Vi får inntrykk av at det er ukjent for Bjørn at det finnes skallklær uten miljøgifter. Ut i fra det han forteller tolker vi det som om han tror at all skallbekledning inneholder miljøgifter og at alle skalljakker blir sydd av samme tekstil. Vi tolker det Bjørn sier som at det er fasongen og materialene som for eksempel bomull, softshell, goretex som skiller de ulike jakkene fra hverandre. Kanskje er det ukjent for han fordi det er for lite opplysning og fokus på dette i dagens samfunn. Er det bare spesielt interesserte som får det med seg? Anders sier at han er bevisst på dette når han kjøper nye klær. *"Det er derfor jeg kjøper Klättermusen. For at de ikke har hormonforstyrrende gifter i sin impregnering."* Dette bekrefter at Anders vet det vi har skrevet om at Klättermusen tilbyr produkter helt uten fluorkjemikaler (Pedersen, 2009). Siden vi har fått inntrykk av at dette ikke er allmenn kunnskap tror vi at Anders er ganske bevisst og opptatt av dette når han kjøper nye klær.

4.4.3 Mulesing

Et annet populært plagg blant de som driver med friluftsliv er ullundertøy. Mulesing er som sagt et stort problem i australsk merinoullproduksjon (etiskforbruk.no). Vi ville derfor undersøke om Bjørn og Anders var opptatt av dette når de kjøpte ullklær.

"Jeg er litt i mot, eller jeg klarer ikke ha sånn skikkelig vanlig ull på kroppen for da klør det, så det blir nok merinoull så det er jo egentlig fra New Zealand", sier Bjørn. Vi får her inntrykket av at Bjørn legger vekt på at klærne skal være behagelige og at det er derfor han velger å kjøpe merinoull. At det pågår dyreplaging av australske sauer hvor man får store deler av merinoullen fra virker derimot ukjent for han.

Anders forteller at det er lenge siden han kjøpte ullundertøy og at han da ikke visste hvor ulla kom ifra, men at det var fra Patagonia som han vet er en miljøbevisst produsent. Dette var før mulesing ble kjent. Siden det er en god stund siden Anders har kjøpt ullundertøy og kjenner til mulesing, tolker vi det som at dette vil være med å avgjøre hans fremtidige kjøp.

4.4.4 Økologiske og miljømerkede turklær

Økologisk tekstil er et viktig alternativ, men en veldig liten markedsandel (Schulze, Sele mfl., 2008). Jortveit (2008) har skrevet at forbrukerne kan bidra til å øke presset på aktørene som produserer klær ved å etterspørre miljømerkede klær. Vi ville undersøke om informantene våre hadde noe synspunkt på dette temaet. Kjøper du økologiske eller miljømerkede turklær? *"Jeg kjøper Klättermusen, og det er jo i alle fall et miljøbevisst valg"*, sier Anders. Bjørn forteller at han så langt ikke har tenkt på å handle miljømerkede klær og at det inntil nylig var ukjent for han at det finnes økologiske alternativ. Han kjenner til at det finnes produsenter som resirkulerer klær, men han har ikke tenkt på det som et alternativ så langt.

Vi får her og bekreftet at Anders er bevisst på merkene han kjøper, og er derfor med på å øke etterspørselen etter miljømerkede klær. Bjørn har ikke bevisst gått inn for å tenke på miljø i forhold til klær og har fått kjennskap til det for ikke lenge siden. Kanskje er det derfor han ikke tenkt så mye på det? Burde de produsentene som tenker på etiske og miljømessige forhold lagt større vekt på å reklamere og informere målgruppen sin om hva de står for? Ville det i så fall ført til at Bjørn hadde vært mer bevisst i forhold til dette? Vi antar at en kombinasjon av mer informasjon fra aktørene og større bevissthet fra forbrukerne vil være med å øke produksjonen av økologiske og miljøbevisste turklær.

4.5 Miljøsyn

Under samtalen kommer vi inn på miljøsynet deres og om de alltid har tenkt på denne måten. Bjørn forteller: *"På utstysfronten så har jeg ikke tenkt så mye på det å være miljøvennlig egentlig. Jeg kjøper meg det jeg behøver og kanskje litt ekstra, men kanskje tiden er inne for at man begynner å tenke i de banene."*

Anders forteller at synet hans har forandret seg i løpet av årene.

”Jeg har ikke alltid hatt dette synet. Jeg har alltid vært bevisst på de sakene og det er nok på grunn av at det generelt i samfunnet har blitt mer bevissthet om overforbruk og hele klimadebatten tar opp mange av de her sakene. Miljøet i Bø der jeg studerte har helt sikkert hatt en stor påvirkningskraft. I en mer økologisk retning. Både på friluftsliv og så har jeg studert noen andre emner som kan knyttes opp mot forbruk, energi og sånne saker. Så bevisstheten rundt dette her har helt sikkert vært med og påvirket.”

Anders sitt syn har forandret seg i løpet av årene under utdannelsen. Dette bekrefter det vi har skrevet i teorien om at utdanning er avgjørende for å fremme bærekraftig utvikling og forbedre menneskers evne til å løse miljøproblemer. Anders sier og at det har blitt mer fokus på dette i dagens samfunn. Mye av teorien har vi hentet fra internettsider, nyere forskning og avisartikler. Dette understreker at fokuset på miljøvennlige klær i dag et aktuelt tema. I skrivende stund foregår det og et klimatoppmøte i København. Dette har vært med å skape ekstra mye fokus på både miljø og forbruk i media. Dette kan ha påvirket Bjørn siden han mener at det er på tide og begynne å tenke i disse banene.

5.0 Oppsummering og konklusjon

I dette prosjektet har vi sett på hvordan mannlige veiledere i friluftsliv tenker de påvirker sine elever gjennom friluftsklærne de velger å bruke. Vi har og sett på deres forbruk av klær og kunnskapen og bevisstheten i forhold til miljøvennlige og etisk riktige klær.

Informantene vi valgte å intervjuer var begge ansatt ved folkehøgskoler. Begge skolene jobbet med tiltak for å forbedre sin miljøprofil. Miljøtiltakene omhandlet blant annet mat, transport og reiser. En av skolene jobbet også for å få sertifiseringen Miljøfyrtårn.

Begge veilederne var bevisste på at de var forbilder for elevene, men bare en av dem mente at han påvirket elevene. Han mente at han påvirket elevene indirekte gjennom hvordan han kledde seg, mens han påvirket dem direkte når han gav de tips til kjøp av klær og utstyr. Dette kunne han oppleve problematisk, da han ikke alltid kunne anbefale de mest miljøvennlige klærne, da disse ofte er de som koster mest. Dette var og med på å avgjøre hvordan han kledde seg, han hadde for eksempel solgt dunjakka si for å minske kjøpepresset blant elevene. Vår andre informant mente at han ikke påvirket elevene i det hele tatt når det gjaldt valg av klær. Han mente at de fleste elevene på skolen kom dit med helt nye klær og hadde derfor ikke særlig stort behov for å kjøpe nytt i løpet av året.

Begge veilederne gav uttrykk for at de slet ut friluftsklærne sine. Vi fikk inntrykk av at de hadde ulikt syn på miljø og etikk i klessammenheng. Den ene informanten kjøpte gjerne to av samme plagg om han fant dem billig. Det var stort sett økonomi og komfort som avgjorde hvilke klær han kjøpte, og han la ikke skjul på at han hadde mer enn gjennomsnittlig. Den andre veilederen hadde mye kunnskap om både miljøgifter, mulesing og miljømerkede klær som finnes på markedet. Vi fikk inntrykk av at dette var med å avgjøre hvilke friluftsklær han kjøpte. Informanten gav uttrykk for at han alltid har vært miljøbevisst, men at utdanningen har vært med på å gjøre han enda mer bevisst i forhold til temaet.

Gjennom skolene de jobbet på hadde de avtaler som gav dem billigere klær. Den ene veilederen sa at de dessverre ikke hadde avtale med Klättermusen, som er en veldig miljøbevisst produsent. Når veilederne får tilbud gjennom skolen kan det være avgjørende for hva man kjøper. Burde skolen ta mer ansvar for hvilke produsenter de velger å ha avtale med? Kanskje kan det være en idé for skolene og forsøke å få avtaler med miljøbevisste produsenter? Da hadde vel også elevene blitt påvirket til å kjøpe disse klærne.

Veilederne var i ulik grad bevisste på hvordan de frontet seg gjennom klærne de brukte. Han som etter vår mening hadde minst kunnskap om miljø og etikk i forhold til klær og som mente at han ikke påvirket elevene, gav uttrykk for at det er et aktuelt tema i dagens samfunn. Han mener og at det kan være aktuelt for han å tenke mer over dette fremover. Den andre informanten var etter vår mening veldig reflektert både i forhold til hvordan han påvirket elevene og med tanke på miljøvennlige klær.

Folkehøgskolene må "selge" seg selv til framtidige elever. Ungdommene har en stor makt gjennom å bevisst velge en skole med "grønn" profil. Å ta samfunnsansvar og være miljøbevisst har kanskje blitt en trend. Vi mener det er en positiv trend, som vi håper smitter over på flere veiledere og ungdommer.

6.0 Litteraturliste

Asdal og Jacobsen (2009) *Forbrukerens ansvar*, Cappelen Damm AS

Aall, Carlo og Ingun Grimstad Klepp (2007) *MILJØVERN: Har vi råd til å ta fri fra miljøproblemene i fritida?* Dagbladet, 31. januar

Balanceakten (2008) *Hvorfor Utdanning for Bærekraftig Utvikling*, tilgjengelig: <http://www.balanceakten.dk/index.php?lang=no&page=6> (2009-12-07)

Balanceakten (2009) *Hvorfor Utdanning for Bærekraftig Utvikling*, tilgjengelig: <http://www.balanceakten.dk/index.php?lang=no&page=7> (2009-12-07)

Bange og Björk (2007) *Lärarens avspeglingar i elevernas miljövärderingar*

Bergström, Nina, Petra Norberg og Josefine Palmgren, Josefine *Vem tar du på dig idag? – En studie i ungdomars syn på kläder som kommunikationsmedel* Tilgjengelig: <http://hik.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:232004> (2009-12-14)

Bischoff, Anette og Alf Odden (1999) *Ungdom og friluftsliv - endringer i lys av modernitetsprosesser* tilgjengelig: <http://teora.hit.no/dspace/bitstream/2282/676/1/natsam.pdf> (2009-12-14)

Bugge, Hans Christian (2004) *Et kritisk blikk på Norges oppfølging av Brundtland-rapporten* tilgjengelig: http://www.fn.no:8080/layout/set/print/temasider/miljoe/baerekraftig_utvikling/et_kritisk_blikk_paa_norges_oppfoelgning_av_brundtland_rapporten (2009-12-17)

Eikum, Solveig Schanke, *Mulesing i norsk ullsalg*, tilgjengelig: http://etiskforbruk.no/index.php?option=com_content&id=351&task=view&Itemid=10 (2009-11-28)

Eikum, Solveig Schanke, *Australsk merinoull i Norge*, tilgjengelig: http://etiskforbruk.no/index.php?option=com_content&id=251&task=view&Itemid=10 (2009-11-28)

Eikum, Solveig Schanke, *Virksomheter med standpunkt mot blodig merinoull*, tilgjengelig: http://etiskforbruk.no/index.php?option=com_content&id=255&task=view&Itemid=10 (2009-11-28)

Engeset, Agnes Brudvik (2009) *"Har man bil, så kjører man bil"* Ein studie av fritidsmobilitet. (Foredrag under FRIFO konferansen i Oslo, 24.11. 2009)

Eslami og Öberg (2003) *Fostran til medvetna medborgare*, tilgjengelig: <http://liu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:19605> (2009-12-07)

- Finansdepartementet, *Bærekraftig utvikling*, tilgjengelig:
http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/barekraftig_utvikling.html?id=1333 (2009-12-15)
- Fjeld&Fritid online, 2008 *Mishandlede Merinofår i Australien*, tilgjengelig: <http://shop.fjeld-fritid.dk/index.php?case=3&ID=90> (2009-11-28)
- Faarlund Nils (1973) *Friluftsliv HVA – HVORFOR – HVORDAN* tilgjengelig:
<http://www.naturliv.no/faarlund/friluftsliv.htm> (2009-12-14)
- Halvorsen, Knut (2007) *Å forske på samfunnet, en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Cappelen Akademisk Forlag
- Heggen, Kåre, Jon Olav Myklebust og Tormod Øia (2001) *Ungdom I spenninga mellom det lokale og det globale*, Det Norske Samlaget
- Holme, Idar Magne og Solvang, Bernt Krohn (2003) *Metodevalg og metodebruk*. Aschehoug
- Houdini (u.å.), *Miljö*, tilgjengelig: <http://www.houdinisportswear.com/se/about> (2009-12-16)
- Janusfabrikken AS (2008) *Janus mot mulesing*, tilgjengelig:
<http://www.janus.no/default.asp?id=806> (2009-11-28)
- Jortveit, Ingrid Nergården (2008) *Nye klær er ikke rene*, tilgjengelig:
http://www.ung.no/shop/1932_Nye_kl%C3%A6r_er_ikke_rene.html (2009-12-08)
- Klepp, Ingunn Grimstad (2007) *Mode, konsumtion och miljö i Konsument Makt*, tilgjengelig:
<http://www.sverigeskonsumenter.se/filesserver/KM407.pdf> (2009-11-28)
- Kvale, Steinar (1997) *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Akademisk
- Klättermusen, *Panta dina friluftsgrejer!* tilgjengelig:
http://www.klättermusen.se/recover_SE.php?lang=SE&curr=NOK (2009-12-11)
- Kvåle Gunnar (2009) *Forbruk, miljø og moral*. Bergans Tidene, 25. november 2009
- Larsen, Ann Kristin (2007) *En enklere metode*, Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS
- Norges Naturvernforbund (rapport2/2006) *Fluormiljøgifter i allværsklær*, tilgjengelig:
http://naturvern.imaker.no/data/f/0/89/52/7_2401_0/2_Fluormiljogifter_i_allvaersklaer.pdf (2009-11-28)
- Norges Naturvernforbund (2006) *SFT-undersøkelse avdekker miljøgifter i allværstekstiler*, tilgjengelig: <http://rogaland.naturvern.no/cgi-bin/naturvern/imaker?id=84505> (2009-11-28)
- Norges Naturvernforbund (2007) *Miljøgifter i klær* tilgjengelig: <http://naturmangfold.org/cgi-bin/naturvern/imaker?id=83395&visdybde=3&aktiv=149> (2009-11-28)

- Pedersen, Anne Merethe (2009) *Miljøgifter i klær*, tilgjengelig:
http://naturvernforbundet.no/miljoevnlig_hverdag/miljogifter_i_klar/ (2009-11-28)
- Schulze Per-Erik, Sele Maiken Pollestad, Christensen Tor Bjarne, Klepp Ingun Grimstad, Kampers Edgar (2008) *Skitne Klær – En vurdering av miljø og arbeidsforhold ved produksjon og bruk, og sammenligning av leverandører*, Rapport fra temagruppen fra bærekraftig produksjon og forbruk i Forum for utvikling og miljø.
- Statens forurensningstilsyn (2008) *Prioritetslisten*, tilgjengelig:
<http://www.miljostatus.no/Tema/Kjemikalier/Kjemikalielister/Prioritetslisten/> (2009-11-28)
- Statens forurensningstilsyn (2009) *Miljøgifter* Tilgjengelig:
<http://www.miljostatus.no/tema/Kjemikalier/Hva-er-kjemikalier/Miljogifter/> (2009-12-15)
- Stiftelsen Miljøfyrtårn (2009) *Hva er miljøfyrtårn?* tilgjengelig:
http://www.miljofyrtarn.no/index.php?option=com_content&task=view&id=68&Itemid=89
(2009-12-07)
- Stiftelsen Miljøfyrtårn (2008) *Generelt bransjekrav - Krav til alle bransjer* tilgjengelig:
http://www.miljofyrtarn.no/index.php?option=com_content&task=view&id=62&Itemid=91
(2009-12-14)
- Stormberg (u.å.) *Miljøvennlig turtøy* tilgjengelig:
<https://www.stormberg.no/no/Infosenter/Produktinformasjon/Resirkulert-turtoy/> (2009-12-16)
- Storm-Mathisen, Ardis (1998). *Kjøpepress... hva er det for noe*, Arbeidsrapport 4/98. Statens Institutt for Forbruksforskning (SIFO) tilgjengelig:
<http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/48382.html> (2009-11-28)
- Tordsson, Bjørn (2005) *Perspektiv på naturmøtets pedagogikk* (kompendium)

7.0 Vedlegg

Intervjuguide

Introduksjonsspørsmål:

Hva jobber du med?

Hvilken utdanning har du?

Hvor lenge har du hatt denne jobben?

Hvor gammel er du?

1.

- a) I hvilken grad tror du at du er med på å påvirke studentenes utstyrs/klesvalg innen friluftsliv?
- b) Ønsker du å påvirke dem?
- c) Hvis du for eksempel skal anbefale en skalljakke, har du noen kriterier for det du eventuelt anbefaler? (For eksempel norske produkter, egne erfaringer, merke med hensyn til miljø etc.)

2.

- a) Føler du at det er utstyrspress blant studentene?
- b) Ser du forandring i studentenes valg av friluftsklær fra starten av året til de er ferdige på skolen?
- c) (På hvilken måte?)

3.

- a) Hvor stor plass synes du miljø og etikk i utstyrssammenheng har i friluftslivundervisningen?
- b) Skulle du ønske at det var mer fokus på dette på linjen?
- c) Hadde du ønsket at folkehøgskolen hadde gjort noe annerledes i forhold til dette temaet, i tilfelle hva?
- d) Mener du folkehøgskolen du jobber på har en "grønn" profil?

4.

- a) Hvor ofte kjøper du turklær? For eksempel skallbekledning.
- b) (Slites det ut før du kjøper nytt?)

5.

- a) Får du bedre priser på utvalgte produkter gjennom jobben?
- b) Får du klesgodtgjørelse gjennom jobben?
- c) Om du for eksempel skal kjøpe en ny jakke, hvor skaffer du informasjon om produktet du velger å kjøpe?

6.

- a) Kjøper du økologiske eller miljømerkede turklær? I så fall hva eller hvorfor ikke.
- b) Når du kjøper ullklær, er du opptatt av hvor ullen kommer ifra?
- c) Når du kjøper skallbekledning, er du opptatt av miljøgifter? Hvis ikke, hvorfor ikke?

7.

- a) Hvordan ønsker du at studentene dine skal oppfatte deg ut ifra et miljøperspektiv?
- b) Tror du at de oppfatter deg på denne måten?
- c) Føler du at du har et ekstra ansvar ut i fra hvordan du framstiller deg selv, siden du sikkert for mange er et forbilde?

8.

- a) Forhåpningsvis har vi nå fått en oppfatning av hva du tenker om utstyr ut ifra et miljøperspektiv, har du alltid hatt dette synet?
- b) Har skolen/ dine kolleger samme syn?
- c) Har du noen tanker om hvordan utviklingen av friluftsklær vil fortsette?
- d) Er det noe annet du vil legge til?