

BACHELOROPPGAVE

Friluftslivsstudenter, miljøbevissthet og utstyrsforbruk – En sammenheng?

Hvilke holdninger har norske friluftslivsstudenter til sitt utstyrsforbruk, sett i et miljøbevisst perspektiv?

Av

Kandidatnummer 12 - Kristoffer Günther Hansen

Kandidatnummer 14 - Ina Charlotte Moe

Kandidatnummer 17 - Frida Isungset

Friluftsliv

ID3-322

Desember, 2013



Sammendrag

Formålet med denne bacheloroppgaven har vært å finne ut om friluftslivsstudenter har miljøbevisste holdninger til sitt utstyrsforbruk. Vi har brukt kvalitativ metode i form av fokusgruppeintervju. Det ble gjennomført to fokusgruppeintervju med studenter som studerer bachelor i friluftsliv.

I dag står vi ovenfor store globale miljøutfordringer og samtidig lever vi i et forbrukersamfunn, hvor det er helt sikkert at menneskets livsstil fører til negative konsekvenser for miljøet. I Stortingsmelding 39., blir friluftsliv sett på som en bidragsfaktor til en miljøvennlig atferd. Med bakgrunn at vi lever i et forbrukersamfunn, samtidig som vi jobber for å finne løsninger på miljøutfordringer, ønsket vi å se på hvilke holdninger friluftslivsstudenter har ovenfor miljøutfordringer og forbruk av friluftslivsutstyr.

Resultatet av oppgaven tyder på at friluftslivsstudentenes utstyrsforbruk i høyere grad er styrt av deres økonomi enn av miljøbevisste valg. Vi ser tendens til at utdanning og opplysning innen miljø- og klimaproblematikk skaper høyere grad av miljøbevissthet, men at det har liten effekt på studentenes atferd og handlinger sett i et miljøperspektiv. Vi har i prosessen sett på flere faktorer som skaper veien til miljøbevisste holdninger og miljøbevisst atferd, men også innsett at dette temaet er for omfattende til at vi har hatt mulighet til å gå dypt nok inn på det. Vi håper denne oppgaven vil vekke interessen for videre forskning på emnet. God lesing!

Nøkkelord: Utstyrsforbruk, bærekraftig utvikling, miljøbevissthet, friluftslivsstudenter

Forord

Denne oppgaven er vår bacheloravhandling på friluftslivsstudiet ved Høgskulen i Sogn og Fjordane. Gjennom arbeidet med denne oppgaven har vi vært gjennom mye spennende litteratur og tidligere forskning. Dette har bidratt til å gi oss en større forståelse for dagens miljø- og klimaproblematikk, og hvordan vi som friluftslivsstudenter er med på å påvirke denne.

Det har vært en spennende og lærerik prosess som i høy grad har påvirket vår tankegang rundt tematikken, og gitt oss en bedre forståelse for hva vår atferd har å si for miljøet. Vi håper at du som leser vil la deg inspirere og bli påvirket til å gjøre dine egne tanker og refleksjoner rundt temaet.

Vi vil takke våre intervjudeltakere for at dere stilte opp for oss, Åse Grøthe for nyttige tips i skriveprosessen og vår veileder Laura Suominen for god veiledning.

Sogndal, desember 2013

Frida Isungset, Ina Charlotte Moe og Kristoffer Günther Hansen

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	3
Forord	4
1.0 Innledning.....	7
1.1 Bakgrunn for valg av tema.....	7
1.2 Problemstilling	8
2.0 Teori.....	9
2.1 Friluftsliv	9
2.2 Miljø, klimaendringer og bærekraft	10
2.2.1 Miljøbevissthet og bærekraft	10
2.2.2 Bærekraftig atferd	12
2.2.3 Bærekraftig produksjon og produkter.....	12
2.2.4 Friluftslivsutstyrs innvirkning på miljøet	14
2.3 Forbruk	15
2.3.1 Kjøpepress, trender og moter	17
2.3.2 Media som sosialiseringsagent.....	17
2.4 Sosiale og kulturelle faktorer for miljøbevissthet	18
2.4.1 Identitetsbygging.....	18
2.4.2 Sosialiseringsprosessen	19
3.0 Metode	20
3.1 Metodevalg.....	20
3.2 Intervju	21
3.2.1 Fokusgruppeintervju	21
3.2.2 Gjennomføring av intervju	21
3.3 Utvalg.....	22
3.4 Reliabilitet og validitet.....	24
3.5 Analyse av data.....	25
4.0 Resultater og diskusjon	25
4.1 Miljø, klimaendringer og bærekraft	26
4.1.1 Miljøbevissthet og miljøbevisst atferd? - I fritiden, i hverdagen og i friluftslivet	26
4.1.2 Miljøbevisst utstyrsvalg.....	27
4.1.3 Miljøbevissthet og utdanning - En sammenheng?	29
4.2 Forbruk	30
4.2.1 Friluftslivsstudenter og forbruk.....	30

4.2.2 Miljø vs. økonomi	31
4.2.3 Gjenbruk og reparasjon av utstyr	32
4.3 Sosiale og kulturelle faktorer for miljøbevissthet	33
4.3.1 Utstyrsfokus ved utdanningen	34
4.3.2 Mote og trender	35
5.0 Oppsummering og konklusjon.....	37
6.0 Litteraturliste.....	38
Vedlegg 1- Intervjuguide	42
Vedlegg 2- Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet	43

1.0 Innledning

«Friluftsliv som bidragsyter med tanke på naturvern, miljøutfordringer og økologisk krise ble tydelig artikulert i 1970-årene» (Leirhaug, 2010:133).

Er dette utsagnet fortsatt gjeldende i dagens norske samfunn?

I dag står vi foran en stor global miljøutfordring, og vi lever i et velferdssamfunn der forbruk er et virkemiddel for å opprettholde dette velferdssamfunnet (Lidskog og Sundqvist, 2013).

All m.fl. (2007) har sett på ulike fritidsaktiviteters CO² utslipp. Her kommer det frem at friluftsliv er den aktiviteten som slipper ut nest mest CO² per person, og Høyem (2005) har i sin hovedfagsoppgave konkludert med at det er liten sammenheng mellom utøvelse av friluftsliv og miljøbevisst atferd hos vanlige friluftslivsutøvere. Gjelder dette også friluftslivsstudenten? Har ikke studenten et ønske om å forhindre miljøendringer? Er ikke friluftslivsstudenten miljøbevisst? Skal friluftslivsstudenten være den som står fremst som et godt eksempel og agere som for eksempel Nils Faarlund ved å være «... den mest markante forkjemper for friluftsliv som en vei til samfunnsendring og miljøengasjement...» (Leirhaug, 2010:133).

Dette er noen av de spørsmålene vi vil forsøke å besvare i denne oppgaven. Vi vil hovedsakelig ta for oss om friluftslivsstudenter er miljøbevisste ved å se på deres forhold til utstysrvalg og utstysrforbruk.

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Vi er tre studenter som studerer siste året på bachelor friluftsliv ved høyskolen i Sogn og Fjordane. Gjennom de siste årene har vi alle vært mye på tur, og temaet utstyr kommer stadig opp til diskusjon og debatt i undervisning, med turvenner og i media. Temaet ble også valgt på bakgrunn av personlige interesser og ønsket om å sette fokus på viktigheten av en sammenheng mellom friluftsliv og miljøproblematikk. Miljøproblematikken knyttet til friluftslivsutstyr er per dags dato høyst aktuell. Et eksempel på dette er forbudet mot det kjemiske stoffet PFOA som trer i kraft juni 2014. PFOA er et miljøskadelig stoff som er mye brukt som vannavisende impregnering på skallbekledning. Videre kan en også se at friluftslivsaktiviteter fører til store utslipp av CO² (All m.fl., 2007). Et stort forbruk av utstyr, mat og drivstoff til transport i forbindelse med friluftslivsaktiviteter er eksempler på hvordan friluftsliv kan være med å føre til miljøendringer over tid.

Vi var derfor interessert i å finne ut om dette var temaer og problematikk som opptok og påvirket friluftslivsstudentenes holdninger til utstysvalg og forbruk. Vi ble også inspirert av to tidligere bacheloroppgaver som omhandler lignende temaer. I oppgaven «*Grønn atferd*» er det tidligere friluftslivsstudenters grad av miljøbevissthet og miljørelevant atferd som blir tatt opp (Vatne og Husbyn, 2010). Den andre oppgaven «*Grønne klær*» tar utgangspunkt i hvordan veiledere i friluftsliv mener de påvirker elevene sine valg av friluftslivsbekledning, sett i et miljøperspektiv (Kemppainen, J. og Husbyn, T. D, 2009). Ingen av disse oppgavene har fokus på utstysforbruk, og vi synes derfor det var et spennende og aktuelt tema å ta for seg.

1.2 Problemstilling

Hvilke holdninger har norske friluftslivsstudenter til sitt utstysforbruk, sett i et miljøbevisst perspektiv?

Friluftslivsstudenter er her forstått som studenter ved friluftslivsutdanning på høyskolenivå.

Vi definerer begrepet *miljøbevissthet* som en forståelse for hvordan du som person både direkte og indirekte påvirker dine naturlige omgivelser. Ytterligere konkretisering skjer i teorikapittelet.

Ustysforbruk skal forstås som all anskaffelse av utstyr som har til hensikt å bli brukt i en friluftslivssammenheng. Både valg av type utstyr og mengde utstyr forstår vi som forbruk.

2.0 Teori

Her vil vi presentere teori som vi mener er relevant for vår problemstilling. Resultatanalysen og diskusjonen er knyttet opp mot denne teorien. Vi har valgt å presentere tre hovedtemaer i dette kapittelet, hvor første del omhandler generelle miljø- og klimadefinisjoner, og problematikk knyttet opp imot friluftsliv. Andre del handler om forbruk med definisjoner, om hvordan forbruk har innvirkning på miljø og klima og hvordan dette er knyttet opp imot friluftsliv og friluftslivsstudenter. Siste del handler om de sosiale og kulturelle aspekter ved miljøoppfattelse og miljøbevissthet.

2.1 Friluftsliv

I denne oppgaven er vårt utvalg friluftslivsstudenter som studerer på høyskolenivå. Siden vi ønsker å se på utstyrsforbruk i en friluftslivssammenheng, ser vi det derfor nødvendig å definere friluftsliv og videre gjøre rede for hvordan friluftsliv og holdninger til miljø kan henge sammen.

Friluftsliv er et allsidig begrep som er blitt definert på flere ulike måter. I dag finnes det fortsatt ikke en definisjon som det er bred enighet om i fagmiljøet, men i denne oppgaven vil det bli tatt utgangspunkt i definisjonen til stortingsmelding 39. Friluftsliv er «... *opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse*» (Miljøverndepartementet, 2000-2001:11). Vi vil imidlertid også se på studentenes aktivitet i friluft utenom fritiden, da mye av denne skjer i hverdagen i regi av studiet på høyskolen.

På 1970 -tallet oppstod en grønn bølge i Norge, friluftslivet fikk her en viktig rolle ved å vise at en annerledes måte var mulig å leve på, og dette skulle føre til et mer bærekraftig samfunn. Gjennom friluftsliv skulle en få «*alternative verdiopplevelser, som skulle den enkelte bli bevisst, forme en endret livsstil og dermed bidra til et endret samfunn*» (Tordsson, 2002:6). Her begynner en å se hvordan det moderne samfunnet påvirker naturen og behovet for endring. Friluftsliv som en bidragsfaktor til løse dagens miljøproblemer har stått sterkt helt frem til i dag. I følge stortingsmelding 39. fører friluftsliv til at vi skaper interesse om kvaliteten ved naturen, og derfor et større ønske om å drive en bærekraftig forvaltning av den (Miljøverndepartementet, 2000-2001).

Høyem (2005) har tatt utgangspunkt i denne oppfatning, og stilt spørsmål om det er en sammenheng mellom aktiv utøvelse av friluftsliv og miljørelevant atferd. Hennes konklusjon er at det ikke kan sies å være noen signifikant sammenheng mellom aktiv friluftslivsutøvelse i fritiden og miljørelevant atferd i hverdag og fritid. Videre mener hun at aktiv friluftslivsutøvelse kan skape miljøbevissthet hos individet, men at det da må skje en bevisstgjøring rundt temaet. På denne måten kan et individ gjennom friluftsliv skape seg et grunnlag for miljørelevant atferd (Høyem, 2005).

2.2 Miljø, klimaendringer og bærekraft

Denne oppgaven spør om friluftslivsstudentene sine holdninger til miljøbevisst atferd. Vi ser det derfor nødvendig å gjøre rede for begrepet miljøbevissthet. For å få en god forståelse for emnet og hva miljøproblematikk går ut på, vil vi ta for oss andre relevante begreper som bærekraft og klimanøytralitet. Ønsket er at dette kapittelet skal gi leseren god forståelse for hvordan vi betrakter miljøproblematikk.

2.2.1 Miljøbevissthet og bærekraft

Miljøbevissthet er et begrep som er sentralt i vår oppgave og som nevnt i friluftslivets historie. Miljøengasjement gjennom utøvelse av friluftsliv er tett knyttet til navn som Næss, Zappfe og Faarlund (Leirhaug, 2010). Men hva ligger i begrepene miljøbevissthet og bærekraft, og hvordan defineres disse?

Høyem (2005) har gjort en studie om miljøbevisst atferd er knyttet til friluftsliv. Hun skriver at miljøbevissthet innebærer at «... *individet er opptatt av naturmiljøet og hvordan dette kan ivaretas, vernes og forstås*» (Høyem, 2005:53). Samtidig skriver Thiele (2013) at bærekraft er et så omfattende begrep at det må anses som «... *a lifestyle movement*» (Thiele, 2013:189). Noe som igjen kan settes i forbindelse til Næss, Zappfe og Faarlund sitt miljøengasjement, hvor dette kan tolkes som deres livsstil.

Miljø handler imidlertid ikke bare om naturen. Anker og Rønnow (2002) skriver om de mange sidene ved miljøvern, at det kan være alt fra beskyttelse av en truet fugleart, til kampen mot genmodifiserte matvarer og forebygging mot globale klimaforandringer. Ut ifra dette er miljøet alt det som er rundt oss. Er du miljøbevisst, er du bevisst på hvordan du påvirker miljøet rundt deg (Anker og Rønnow, 2002).

Miljøbevissthet og bærekraft er to begreper som er knyttet nært opp imot hverandre. FN organisasjonen “World Commission on Environment and Development” med Gro Harlem Brundtland i spissen, var en av de første til å ta tak i bærekraftig utvikling globalt sett. I rapporten «Our common Future» beskrives begrepet «bærekraftig utvikling» slik:

“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” (World Commission on Environment and Development, 1987:41)

En definisjon som per dags dato valideres av Thiele (2013) med kommentaren: *“The most popular definition of sustainability to this day comes from the pages of this report”* (Thiele, 2013:21). Bærekraft som begrep betyr dermed, handling eller aktivitet som ikke har konsekvenser for miljøets fremtidige muligheter og bruksområder. World Commission on Environment and Development rapporten (1987) legger samtidig stor vekt på at bærekraftig utvikling også i stor grad handler om de sosiale og økonomiske konsekvenser av samfunnets klima- og miljømessige handlinger og utvikling. Thiele (2013) beskriver konsekvensene av ignorant atferd i forhold til bærekraft slik: *«... economic debt, social disorder, resource depletion, ecological degradation, and increased danger»* (Thiele, 2013:13).

Ødelegges miljøet, blir som beskrevet også levevilkårene for jordens befolkning ødelagt. Miljøbevissthet og bærekraft er begreper som kan ivaretas på individnivå, men også på høyt internasjonalt politisk nivå. World Commission on Environment and Development rapporten (1987) beskriver viktigheten av at holdninger til disse begrepene ivaretas på alle nivå i samfunnet, og er et like stort sosiologisk som det er et politisk problem. Denne påstanden underbygges av Thiele (2013) som mener at sosiologisk og kulturell samhandling mennesker imellom, sammen med utdanning innen klima- og miljøproblematikk, er essensielt for å skape en bærekraftig bevissthet og atferd. Minde og Grytten (2004) sin modell for tilnærming til miljøbevissthet, viser at kunnskap er grunnsteinen i veien til oppnåelse av miljøbevissthet for det enkelte individ. På samme måte mener Næss sr. at utdanning er veien til forståelse for viktigheten av en bærekraftig livsstil (Haukeland, 2008). I diskusjonsdelen ses det nærmere på hvordan utdanning innen friluftsliv vil bidra til en mer bærekraftig tankegang og atferd gjennom tilegning av kunnskap. På samme måte vil vi se på hvordan, og på hvilken måte studentene påvirkes av sosiale og kulturelle faktorer i forhold til miljøbevissthet.

Ut ifra dette definerer vi miljøbevissthet som den forståelse og kunnskap mennesket har om hvilke aktiviteter og handlinger som fører til klima- og miljøpåvirkning. Med bærekraft mener vi handlinger og aktiviteter som ikke ødelegger levevilkår og fremtidige generasjoners muligheter for å leve og utvikle seg, på samme vis som mennesket i dagens samfunn.

2.2.2 Bærekraftig atferd

Bærekraft tolkes ulikt fra person til person og bærekraftig atferd kan gjennomføres i liten til stor skala, det er ulikt hvordan folk opplever seg selv på denne skalaen (Høyem, 2005). For å plassere folk rent objektivt og statistisk på denne skalaen, er det vanlig å måle mengden av klimagasser som slippes ut per person over tid. Henson (2009) henviser spesielt til mengden av CO₂-utslipp per person, og kaller dette for personens karbonavtrykk. Dette gir et bilde av den enkelte person sitt samlede karbonavtrykk, og viser hva som kommer av utslipp gjennom hushold, transport eller konsumering og forbruk av materielle goder. Dette kan komme til uttrykk både i hverdag og i fritid (Henson, 2009). Bærekraftig atferd kan bli ivaretatt av enkeltindividet på noen områder, men samtidig uteblir på andre områder (Høyem, 2005).

Aall m.fl. (2007) viser i en undersøkelse av energiforbruket knyttet til fritidsbruk i Norge, hvordan miljøfokus lenge har ligget på hushold, men er fraværende i fritiden.

Undersøkelsen viser for eksempel en tidobling av antall utenlandsreiser med fly i løpet av siste generasjon av den norske befolkning (Aall m.fl., 2007). Til eksempel er utslippet til én flyreise for to personer tur/retur Europa-USA, mer enn halvparten av et årlig utslipp for en husstand i Storbritannia (Henson, 2009).

Oppsummert kan en være bevisst på å kildesortere avfall, benytte lavenergibelysning og ha et godt isolert hus, men i fritiden er en ikke i like stor grad bevisst på å ha en miljøbevisst atferd. Mangel på en slik atferd i fritiden ses også i befolkningens forbruk av friluftslivsutstyr (Aall m.fl., 2007). Dette belyses senere i oppgaven.

2.2.3 Bærekraftig produksjon og produkter

“Production systems process virtually all the resources that we consume and they generate most of our waste” (Thiele, 2013:90) “...investment in green technology of approximately \$2

trillion a year for the next three to four decades is required to avoid a major planetary catastrophe” (Thiele, 2013:91)

Dette sitatet sier noe om hvor mye industrien og produksjon av for eksempel friluftslivsutstyr har å si for miljø og klima. Flere og flere produsenter av friluftslivsutstyr publiserer seg selv som miljøvennlige, klimanøytrale og som grønn bedrift. Dette avsnittet redegjør for hva som ligger i begrepet bærekraftig produksjon, og hvordan dette kan relateres til friluftsliv.

Sandberg m.fl. (2000) har skrevet om hvordan virksomheter, for eksempel en produsent av friluftslivsutstyr kan kartlegge hvordan de i deres drift påvirker miljøet, og hvordan eventuelle tiltak kan iverksettes for å minske denne påvirkningen. Det er vanskelig å si når en virksomhet har så liten miljøpåvirkning i driften sin, at denne kan defineres som bærekraftig. Skal man følge den norske regjerings definisjon, må produksjonen foregå slik at den ikke ødelegger kommende generasjoners muligheter for å dekke deres behov (Regjeringen, 2013). World Commission on Environment and Development rapporten (1987) formulerer det slik:

“In general, industries and industrial operations should be encouraged that are more efficient in terms of resource use, that generate less pollution and waste, that are based on the use of renewable rather than non renewable resources, and that minimize irreversible adverse impacts on human health and the environment”

(World Commission on Environment and Development rapporten, 1987:179)

Mindre forurensning, mindre avfall og mer fornybar energi, er i følge World Commission on Environment and Development rapporten (1987) veien til bærekraftig produksjon.

De fleste produsenter av friluftslivsutstyr publiserer gjennom deres nettside eller et annen markedsføringsmedie, sitt miljøpolitiske standpunkt hvor de redegjør for hvordan de agerer i forhold til miljøriktig produksjon og distribusjon. Det vil være for omfattende å lage en fullstendig oversikt over bærekraftige produsenter av friluftslivsutstyr i denne oppgaven, fordi markedet er for stort. Vi anser det også som lite relevant for oppgaven å henvise til en slik liste.

Et begrep som imidlertid flere produsenter av friluftslivsutstyr bruker, og som har blitt en fellesnevner for det å være miljøbevisst, er begrepet klimanøytralitet. Begrepet går enkelt ut på å nøytralisere utslipp av drivhusgasser i den aktivitet en bedriver. Dette kan en gjøre både

som enkeltperson, organisasjon eller bedrift. En av de mest omtalte og enkleste måtene å bli klimanøytral i sin aktivitet på, er å kjøpe seg klimakvoter. Det betyr at du hos ulike aktører kan foreta en utregning på hvor mye utslipp du skaper gjennom en handling, og ut fra mengden utslipp, betale en pris for å nøytralisere dette utslippet. Pengene går da til miljøvennlige tiltak (Henson, 2009). I Norge kan du for eksempel kjøpe klimakvoter gjennom Miljødirektoratet, både privat og som virksomhet (Miljødirektoratet, 2013).

Flere produsenter av friluftslivsutstyr utgir seg selv som klimanøytrale, eller på annen måte formidler en viss holdning til miljøet i deres produksjon og distribusjon av produktene sine (Arc'teryx, 2013), (Patagonia, 2013) og (Klättermusen, 2013). Et eksempel på en slik produsent kan være den norske bekledningsleverandøren av friluftslivsklær Stormberg. Stormberg utgir seg selv som klimanøytral bedrift ved å kjøpe FN-klimakvoter, i tillegg til å gjennomføre flere andre miljørelaterte tiltak (Stormberg, 2013).

2.2.4 Friluftslivsutstyrs innvirkning på miljøet

Et annet aspekt i produksjonen av friluftslivsutstyr er bruken av materialer og stoffer som kan være forurensende for miljøet. Det viktigste og mest anvendte materialet i produksjonen av friluftslivsutstyr er plastikk som for eksempel nylon, polyester og polypropylene. Om det er klær, ski, sekker eller telt, så består de fleste produkter helt eller delvis av plastikk. Problemet med dette materialet sett i et miljøperspektiv er at råmaterialet er av olje, og produksjonen er energikrevende (Slater, 2003). I følge Joner (1991) er «... klær og sko av lær og skinn å foretrekke fremfor plastmaterialer... plastindustrien slipper ut klorforbindelser med alvorlige og langvarige skadevirkninger» (Joner, 1991:32).

I friluftslivsrelaterte klesartikler er materialene ofte kjemisk behandlet for å oppnå diverse egenskaper. Slater (2003) beskriver hvordan parafinbaserte behandlinger er relativt harmløse for miljøet, mens oljebaserte og bituminøse (asfaltlignende stoffer) behandlinger kan være giftige og skadelige. Et eksempel på en aktuell miljørak vedrørende en kjemisk behandling, er stoffet PFOA som blant annet brukes til å gjøre yttermaterialet til klesplagg vannavstøtende. Dette stoffet er per 1. juni 2014 forbudt å anvende i Norge (Regjeringen, 2013b). Trademarks som eVent[®], Gore-tex[®] og Dermizax[™] er eksempler på membranprodukter som ofte settes i sammenheng med friluftslivsrelaterte klesartikler, for å skape vanntette og pustende produkter. Flere membraner er laget av det teflonbaserte materialet PTFE som ikke lar seg ikke bryte ned organisk, og kan dermed forurense om det ikke håndteres korrekt ved

kassering. I tillegg kan produksjon av PTFE, og spesielt limen som brukes til å legge membranen på klesplagget, ha miljømessige omkostninger (Slater, 2003).

Som forbruker av friluftslivsutstyr står du overfor valg mellom produkter fra miljøbevisste og mindre miljøbevisste produsenter. Forbrukeren må videre gjøre valg om produsentene oppfyller de krav du stiller som konsument, og dette vil avgjøre om du kjøper produktet. I diskusjonen ser vi nærmere på om friluftslivsstudentene har kjennskap til hvordan produksjon av friluftslivsutstyr skjer, og hvilke konsekvenser det kan ha for miljøet. På samme måte vurderes studentenes kjennskap til miljøvennlige produkter og merker.

2.3 Forbruk

Utstyrsforbruket til friluftslivsstudentene er en viktig del av problemstillingen i denne oppgaven. Vi ser det derfor nødvendig å definere forbruk og gjøre rede for vesentlige aspekter ved forbruk som har betydning for friluftslivsutfoldelse, miljø og studenter.

Vi mennesker har til alle tider byttet og utvekslet materielle goder og videre har FN formulert universale forbrukerrettigheter. Begge disse eksemplene kan fortelle oss noe om hvor sterkt forbruk står i dagens samfunn. Begrepet forbruk er et moderne ord som fra ca. 1950 har vært allment brukt i verdenssamfunnet (Bakke og Lien, 1992). I dagens forstand kan forbruk knyttes mot økonomisk aktivitet. Videre er det noen som forbinder forbruk med noe negativt som forfall, nytelsessyke og miljøproblemer. Andre ser på forbruk som et mål som symboliserer valgfrihet, selvrealisering og vekst (Asdal og Jacobsen, 2009).

I dag lever vi i et forbrukersamfunn, som vil si et samfunn som baserer seg på økonomi og vekst. Dette står i konflikt med ønsket om et bærekraftig samfunn, og en ser at det i stor grad er penger som styrer våre handlinger og valg. Et eksempel på dette kan være da finansminister Kristin Halvorsen under finanskrisen, oppfordret pengesterke til å bruke penger, slik at de økonomiske hjulene ville fortsette å gå rundt. Siden Halvorsen også på dette tidspunktet var leder for SV, som gir uttrykk for å være et av de ledende miljøpartiene i det Norske samfunnet, kan vi se et dilemma mellom de to rollene. Valget ble altså å sikre økonomien fremfor å fokusere på miljøet (Melby, 2011). I følge Bjerck m.fl. (2009) kommer en fjerdedel av dagens totale miljøbelastning fra fritidsforbruket. Nordmenn har mer fritid enn før, og det er skremmende at vi i denne tiden også tar fri fra plikter og ansvar ovenfor miljøet. Som nevnt

i avsnittet «*Bærekraftig atferd*» er det i hverdagen vi har fokus på miljøet, fremfor i fritiden (Aall m.fl., 2007). Dette fører oss videre mot friluftslivet som i dag står for det nest største klimagassutslippet etter fritidsreiser av alle fritidsaktiviteter (Aall m.fl., 2007).

I denne oppgaven legges fokus på forbruk av friluftslivsutstyr. Reising og mat er annet forbruk som henger sammen med friluftslivsaktiviteter. Dette vil ikke vektlegges videre i denne oppgaven. I følge Aall m.fl. (2007) øker forbruket ved bedring av økonomien. Nordmenn står i dag sterkt økonomisk, og i 2001 skal vi ha brukt 8.933 millioner kroner på friluftslivsutstyr (inkludert sykler). Importen av sportsutstyr økte også fra 12.200 til 25.085 tonn fra 2001 til 2005, og det er sannsynlig at disse tallene er langt større i dag. I følge Norges studentorganisasjon (2013) har studenter en langt svakere økonomi enn den gjennomsnittlige nordmann. I diskusjonsdelen ser vi nærmere på om dette har betydning for friluftslivsstudentenes utstyrsforbruk, og hvorvidt studentene forbruker i like stort omfang som resten av den gjennomsnittlige befolkningen (Norges studentorganisasjon, 2013).

Norges forbruk av sportsutstyr kan ses på som et stort forbruk, og økt forbruk betyr større utslipp av klimagasser (Aall m.fl. 2007). I følge Thømøe og Olson (2011) henger tid, penger og enkelhet sterkt sammen med hvordan og hva vi velger å handle. De sier også at det er flere som ønsker å være miljøvennlige og velge grønne produkter, men når de kommer til butikken er det faktorer som gjør at de ikke tar dette valget. Hvorfor dette skjer, begrunnes med at de grønne produktene drukner i det totale vareutvalget (Thømøe og Olson, 2011).

For at noe skal kunne vare evig må alle prosesser skje i en sirkel, akkurat som naturens økosystem. Antall mennesker på jordkloden har de siste 100 årene økt kraftig, og vi finner stadig måter å leve på som ikke er i takt med økosystemet. Vi bruker stoffer og materialer som ikke er fornybare og dette vil skape utfordringer i fremtiden. Om en trekker denne linja til vår jordklode må vi bruke mindre, drive gjenbruk og resirkulere. Dette gjelder over alt i vårt liv, også i fritiden og friluftslivet. Som sagt kan et av tiltakene for å forhindre at utstyr blir kastet, er gjenbruk eller resirkulering. At utstyr blir mye brukt eller resirkulert i stedet for å produsere og kjøpe nytt, er en fordel for miljøet. “*Recycling conserves natural resources, energy, and the assimilative capacity of the environment*” (Geiser, 2001). I dag finnes det både loppemarked og bruktbutikker på nett som selger billig friluftslivsutstyr, og eksempler kan være finn.no og friflyt sitt bruktmarked (grønnhverdag, 2013).

2.3.1 Kjøpepress, trender og moter

Noe som står i konflikt med resirkulering og gjenbruk er dagens spesialisering. En kan se at friluftsliv har siden 80-tallet i stor grad blitt spesialisert. Det er svært få som nøyer seg med bomullsanzorakk og nikkers både til langrenn, fjellski og topptur (Grimeland, 2004). Dette har nok i stor grad skjedd på grunn av trender og moter i dagens samfunn.

En kan forstå individets motiv for å anskaffe seg et nytt produkt ved å tolke sosiologen Pierre Bourdieu sin forståelse av mobiliseringseffekten. Denne forklares ved at kjøp av et spesifikt produkt også kan ses på som et ønske om tilhørighet, og føre til at en får innpass inn i en kontekst. Eksempel kan være at en ønsker å bli med en gruppe på topptur i skredutsatt terreng, men kriteriet for å få bli med denne gruppa på tur er at en anskaffer seg en sender/mottaker (Melby, 2011).

Det er ikke bare ønske om tilhørighet til en gruppe som påvirker individets valg. Vi lar oss lett påvirke av personer med høy status innad i miljø, og dette har innflytelse på den enkeltes valg og kjøpepressopplevelse (Storm-Mathisen, 1998). Kjøpepress defineres som « *...det press personer i ulike sosiale grupper og lag av befolkningen blir utsatt for, slik at lysten eller trangten til å kjøpe ting som først og fremst er synlig for andre...* » (Store norske leksikon, 2005-2007).

2.3.2 Media som sosialiseringsagent

I dagens forbrukersamfunn blir vi hele tiden påvirket av reklame, markedsføring og trender gjennom en rekke ulike kanaler i hverdag og på fritid. Produsenter sørger for at produktene våre blir utdatert, ved å lansere oppdaterte og «bedre» produkter, og overbevise oss om at en trenger ulike jakker til en hver aktivitet en bedriver (Lidskog og Sundqvist, 2013).

Media blir sett på som en informant til virkeligheten ved at en forstår det som medias plikt til å informere om det som skjer i verden. Men media gjenspeiler ikke den sanne virkeligheten siden «*utvelgelsen og bearbeidingen av begivenheter innenfor feltet mediene dekker skjer etter helt andre kriterier enn informasjonsplikten*» (Horgen, 2009:46). Media har den makt at gjennom hvordan og hva de publiserer, så legger de føring for hva vi skal ha oppmerksomhet mot, og trolig er med å prege vår virkelighetsoppfatning og valg. Det er usikkert hvor mye media påvirker oss, men at det er med å påvirke og underbygge trender og kjøpepress er

ganske trolig. Horgen (2009) har sett nærmere på reklame i friluftslivsmagasiner fra 70-tallet og nå, og har funnet ut at mengden har økt kraftig. I tillegg kan flere av reportasjene og bildene fungere som reklame. Dette viser at friluftslivsutøvere blir sett på som en viktig forbrukergruppe (Horgen, 2009)

En annen utvikling Horgen (2009) poengterer ved utviklingen i friluftslivsmagasiner, er at det er blitt et mindre fokus på formidlingen av en kobling mellom friluftsliv og naturvern siden 1970. 1970-årene blir sett på som det grønne tiåret hvor friluftsliv spilte en stor rolle i kampen om miljøvern, dermed hadde miljøvern en sentral plass i magasinene (Leirhaug, 2010). I dag lever vi i et forbrukersamfunn hvor økonomisk stabilitet er avhengig av forbruk, dermed er et stort utstyrsfokus i friluftslivsmagasinene naturlig. Men det kan tyde på at det blir mer og mer fokus på koblingen mellom friluftslivsutstyr og miljø. Ulike utstyrsprodusenter bruker også mediene til å informere om miljøtiltak. I forbindelse med Black Friday november 2013 la produsenten Patagonia ut filmen «Worn Wear» på nettsiden deres (Patagonia, 2013). Black Friday er en årlig handledag i USA og Canada med mange tilbud (Friflyt, 2013). Vi siterer et utsagn fra filmen *“We can't be a society that based on consuming and discarding endlessly, what we try to do is make clothes that can be handed down, and last forever”* (Patagonia, 2013). Budskapet i denne filmen er at for å ta vare på miljøet må vi handle og forbruke mindre, og kjøpe kvalitet.

2.4 Sosiale og kulturelle faktorer for miljøbevissthet

I problemstillingen spør vi om studentene er miljøbevisste i sitt utstyrsforbruk, og ser det som relevant å finne ut hvordan sosiale aspekter kan påvirke studentens holdninger og valg. Vi har gått inn i sosiologien for å se på hva sosialiseringprosessen betyr for individets holdninger og valg, i forhold til miljøbevisst atferd og utstyrsforbruk. Vi velger kun å skrive litt om emnet, da oppgavens hovedformål ikke er å finne ut bakgrunn for holdninger og valg. Hadde oppgaven vært av større omfang, skulle vi gjerne gått mer inn på emnet.

2.4.1 Identitetsbygging

Modernismen gjenkjennes ved troen på det frie mennesket, fornuften og fremskrittet (Tordsson, 2010). I det moderne samfunnet står individualisering sterkt og individet har et større behov for å skape sin egen identitet enn tidligere, da en tidligere gjerne fulgte i sine foreldres fotspor eller gjorde tradisjonelle valg. Hvem du er, hva du skal bli og hvordan du vil

fremstå, er i større grad personlige valg. Bischoff og Odden (1999) skriver at det er grunn til å tro at mange unge velger friluftslivsaktiviteter som grunnlag for deres bygging av identitet, og gjennom for eksempel klesstil og utstyr kan en signalisere hvem en er. Identitetsskaping skjer altså gjennom valg av aktiviteter, væremåte og handling. Samtidig som individet i stor grad står fritt til å danne sin egen identitet, har mennesket som et sosialt vesen et behov for å tilhøre en gruppe. «Å høre til en gruppe betyr at man forventes å være på en bestemt måte, og kanskje til og med ha tydelig markører som forteller at man hører til gruppen» (Lidskog og Sundqvist, 2013:111). Gjennom ytre kjennetegn og atferdskodekser kan en fortelle både hvem en er, og hvilken gruppe en tilhører. Så ved at klær og utstyr er med å fortelle om identiteten til individet, vil våre produktanskaffelser og forbruk være med å skape vår identitet (Lidskog og Sundqvist, 2013).

2.4.2 Sosialiseringsprosessen

Sosialisering handler om at individet i samspill med andre mennesker lærer seg samfunnets normer og regler. Gjennom hele livet lar vi oss påvirke av andre mennesker og tar til oss læring. En får inntrykk av hva som er rett og galt, godt og ondt, og lærer hva som er akseptert handling og oppførsel i en gitt situasjon (Mortensen, 2013). Vi blir sosialisert gjennom ulike arenaer i samfunnet. Familien står for å lære bort grunnleggende normer og verdier. Familiens påvirkning spiller en viktig rolle de første leveårene, og individet tar ofte med seg holdninger, normer og verdier det har vokst opp med videre i livet. Dette kalles primærsosialisering. Sekundærsosialisering er en prosess som foregår gjennom hele livet og skjer gjennom for eksempel utdanningsinstitusjoner, venner, fritidsaktiviteter, medier, religion og samfunnets formelle regler (Sølvberg m.fl., 2013). Selv om individet i dag står relativt fritt til å ta selvstendige valg og forme sin egen identitet, kan det ikke sies at alle valg er tatt uten påvirkning av faktorer utenfra. Høyem (2005) skriver om hvordan man kan fremme miljørelevant atferd i friluftsliv ved å «... være en rollemodell, være med i organisasjoner og påvirke venner og familie» (Høyem, 2005:40). Miljøbevisst er gjerne noe du blir påvirket av andre til å være eller du kan påvirke selv.

Oppsummert handler sosialisering om at vi lærer og fungerer sammen i samfunnet, og følger de normer som gjelder. Vi står fritt til å forme vår egen identitet, og gjennom ytre kjennetegn og atferdskoder forteller vi andre hvem vi er, og i hvilken gruppe vi tilhører. Media kan være

med å styre vår virkelighetsoppfatning av hva som er mote, og gi et inntrykk av hvilken atferd som er kult og ikke. Alle disse faktorene påvirker våre holdninger som har betydning for både vårt utstursforbruk og miljøvennlig atferd. I diskusjonskapittelet ser vi nærmere på hvordan utstursforbruket til studentene blir påvirket av ulike sosialiseringprosesser.

3.0 Metode

I dette kapittelet vil vi redegjøre for hvordan vi gjennomført vår undersøkelse og oppgaveskriving, og hvilken teori som ligger bak våre valg.

3.1 Metodevalg

Metode er definert på ulike måter, men Vilhelm Aubert blir sitert i mange sammenhenger. Han sier at metode er:

«... en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet, hører med i arsenalet av metoder»

(Dalland, 2007:83)

En metode forteller oss hvordan en skaffer eller etterprøver ulike typer kunnskap. Videre vil hvilke kunnskap en ønsker å tilegne seg, skape rammer for valg av metode. For å besvare vår problemstilling har vi valgt en kvalitativ metode. Ved kvalitativ metode skjer forskningen gjennom samtale og intervju, hvor det er større åpning for personlige valg og improvisasjon enn ved kvantitativ metode. Dette er en metode hvor informantenes meninger, selvforståelse, intensjoner og holdninger står sentralt og kommer til uttrykk (Dalland, 2007). En av flere fordeler ved kvalitativ metode, er at en underveis i intervjuet har mulighet til å rettlede og forhindre misforståelser ved intervju spørsmålene (Larsen, 2007).

Ved kvantitativ metode sikter en på å beskrive, kartlegge, analysere og forklare ved å bruke store mengder tallmateriale. En slik metode krever formelle og standardiserte fremgangsmåter som lett kan sammenlignes. Denne metoden er preget av flere regler og formaliseringer som skaper mindre rom for personlig valg underveis (Dalland, 2007).

3.2 Intervju

3.2.1 Fokusgruppeintervju

I vår oppgave er vi på jakt etter holdninger blant friluftslivsstudenter, noe som krever et helhetlig bilde av studentenes forbruk. Dette vil fokusgruppeintervju som en kvalitativ metode gi oss (Befring, 2007). Fokusgruppe defineres som en forskningsmetode hvor data produseres gjennom samhandling i gruppe rundt et tema som forskeren har bestemt (Halkier, 2010). Ser en nærmere på ordet intervju (interview) betyr det mellom (inter) synspunkter (view) (Høyem, 2005). Vi ønsket altså samhandling og diskusjon mellom studentene i vårt intervju, og få flere synspunkter og meninger frem om de ulike temaene.

Et fokusgruppeintervju innebærer at en samler en gruppe mennesker, som i løpet av en begrenset tid skal diskutere et emne. For å regulere dette er det en samtaleleder som leder samtalen i riktig retning, med hensyn til valgt oppgave. Denne person kalles en moderator (Wibeck, 2011). Sammen med moderatoren er det en assistent til stede. Assistentens rolle er å føre notater, sørge for lydopptak og observere atferden til intervjuobjektene (Dalland, 2007). Gjennom et fokusgruppeintervju kan stemningen både gå mot det formelle og det uformelle. Uformelt vil si at intervjuobjektene diskuterer relativt fritt, uten mye innblanding fra moderator. Ved et formelt intervju styrer moderator intervjuet i større grad ved å stille tilleggsspørsmål. Dette er bare noen av de scenarier som kan oppstå, og dette betyr at en som forsker vanskelig kan forutse hvordan intervjuet vil foregå. Dette kan både være positivt og negativt for sluttproduktet av forskningen. På en side kan man få en god tone som fører til godt datamateriale, på den andre siden kan samtalene dreies vekk fra temaet eller bli usaklig, noe som kan føre til lav validitet (Wibeck, 2011).

Ønsket var at intervjuobjektene skulle samtale og diskutere på bakgrunn av sine holdninger og meninger, og dette ville et fokusgruppeintervju skape rom for. Målet var at denne metoden ville føre til at intervjuobjektene sammen reflekterte rundt emnet for vår oppgave, og dermed gi oss data til oppgaven. Vi håpet på å skape en mindre formell situasjon hvor intervjuobjektene torde å si hva de mente, fremfor å søke «det riktige svaret» (Wibeck, 2011)

3.2.2 Gjennomføring av intervju

Intervjuet foregikk i grupperom på høyskolen, siden dette er et nøytralt og lett tilgjengelig rom. Under intervjuene var to av oss med, en som moderator og den andre som assistent.

Intervjuguiden var semistrukturert. Det vil si at vi hadde fastlagte temaer og spørsmål, som vi la frem i en bestemt rekkefølge, men med mulighet for innskudd slik at en kunne få bedre utredning på ett av svarene. Vi ønsket å ha spørsmål som ville gi svar av høy kvalitet, som i dette tilfelle betydde reflekterte og holdningssterke svar. Det var derfor viktig for oss og ikke få diktotome svar, altså ja og nei svar, da dette vil gi dårlig innsikt i intervjuobjektens holdninger og meninger (Wibeck, 2011).

Målet var at deltakerne skulle diskutere og reflektere rundt svarene og ikke nødvendigvis svare entydig. På samme måte var vi til en viss grad åpne for å la diskusjonen gå sin egen vei, da dette gir et bilde av hva som har betydning for og er viktige holdninger hos objektene (Dalland, 2007). Ved bruk av en strukturert intervjuguide ville en ikke i samme grad hatt mulighet for diskusjon og refleksjon i intervjuet (Postholm, 2010). Dette var hovedgrunnen til at vi valgte en semistrukturert intervjuguide.

I følge Wibeck (2011) kan det brukes stimuli materiale i form av artikler, bilder eller lignende som omhandler temaet som skal diskuteres. Vi valgte bevisst å ikke bruke slikt materiale og samtidig gikk vi heller ikke dypt inn i oppgavens mål og problemstilling, fordi vi mente dette ville påvirke intervjuobjektens egne forforståelser. Målet var som tidligere nevnt at objektene svarte ut ifra egne holdninger og personlige standpunkter, uten å være påvirket utenfra. I forkant av intervjuene er det vanlig å gjennomføre et pilotintervju som kan gi erfaring med intervjusituasjonen, og samtidig gi mulighet for å gjøre korreksjoner av intervjuguiden og gjennomføringen av intervjuet (Wibeck, 2011).

Pilotintervjuet ble avholdt med tilfeldig utvalgte personer på høyskolen. Etter gjennomføring av de reelle intervjuene ble lydopptakene transkribert slik at den innsamlede dataen ble et tekstmateriale. Etterfølgende kategoriserte vi innholdet, for å skape oversikt over de ulike temaene vi ville ta for oss. Denne kategoriseringen skjedde ved at alle hørte gjennom intervjuene og leste transkriberingen, her fikk alle et bilde av hva som var de viktigste temaene. Disse ble sammen med teorien brukt videre i diskusjonen (Postholm, 2010).

3.3 Utvalg

«I kvalitativ metode er utvalgene så små at de ikke kan basere seg på en tilfeldig utvelgelse. Utvelgelsen må snarere være analytisk selektiv» (Halkier, 2010:30). Analytisk selektiv betyr

at utvalget består av personer med viktig karakteristika i forhold til problemstillingen. Problemstillingen vår redegjør at det er friluftslivsstudenter som er våre forskningsobjekter og på den måten har vi analytisk selektivt plukket ut vårt utvalg. Til intervjuene ble det tilfeldig plukket ut studenter som studerer på sitt andre og tredje år, og antall andre- og tredjeårsstudenter ble likt fordelt. Dette utvalget ble gjort ved en høyskole i Norge som tilbyr bachelor i friluftsliv. Grunnen til dette randomiserte utvalget av friluftslivsstudenter er Norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste sine regler rundt lagring av personopplysninger. Skulle vi ha gjort et bevisst utvalg av friluftslivsstudentene, måtte vi ha lagret personopplysninger. På bakgrunn av tiden vi hadde til rådighet var vi avhengig av at Norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste godkjente forskningsprosjektet vårt, og det var større sannsynlighet for dette om en plukket ut deltakerne tilfeldig (Norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste, 2013). Vi valgte studenter ved kun en høyskole ut ifra et praktisk perspektiv, selv om det kunne vært nyttig for oppgaven å intervju studenter ved ulike utdanningsinstitusjoner. Vi ønsker senere å sette fokus på om påvirkningen fra det vi kaller sosiale og kulturelle faktorer har noe å si for miljøbevisstheten, samt valg og forbruk av utstyr til studentene. Et utvalg som dekket flere utdanningsinstitusjoner ville sannsynligvis ha gitt et bilde av forskjeller og likheter mellom disse, og den generelle statusen på friluftslivsstudenter i Norge. Dette hadde vi dessverre ikke mulighet til å gjennomføre.

Tid en har til rådighet, hvor kompleks emnet er og om det er homogene eller heterogene grupper, er faktorer som bestemmer hvor mange grupper som er nødvendig (Wibeck, 2011). Fokusgrupper burde verken være for homogene, eller for heterogene. Homogene grupper kan føre til at det blir lite sosial utveksling, og heterogene grupper kan føre til at det oppstår konflikter og at noen forståelser ikke kommer til uttrykk (Halkier, 2010). På bakgrunn av disse faktorene valgte vi å gjennomføre to fokusgruppeintervjuer. I tillegg tror vi at det ved flere intervjuer ikke ville kommet mye ny informasjon fra deltakerne, altså emnet ville blitt teoretisk mettet. Flere intervjuer og dermed mer materiale ville imidlertid ha betydd bedre underbyggelse av våre resultater og konklusjon og gitt en høyere reliabilitet noe som vi vil komme tilbake til senere. Statistisk sett er det en liten prosentandel vi har intervjuet av samlet antall friluftslivstuderende i Norge, og det vil derfor være vanskelig å konkludere noe for den samlede gruppen benevnt «friluftslivstuderende i Norge» (Wibeck, 2011).

Om antall gruppe-medlemmer i et fokusgruppeintervju sier litteraturen at det bør være alt fra mellom fire til tolv medlemmer. Vi har valgt å støtte oss til Wibeck (2011) som sier at det

ideelle er mellom fire og seks. I en gruppe på tre finnes innebygde spenninger som er lurt å unngå i en fokusgruppe. Ved større grupper får hvert grupped medlem mindre rom til å uttrykke seg. Dette kan føre til at det er enklere å være usynlig, medlemmene får større fysisk avstand mellom hverandre og det krever av lederen en sterkere gruppestruktur Wibeck (2011). Siden vi ikke har erfaring med å lede fokusgruppeintervju tidligere og vi ønsker at deltakerne får nok rom til å uttrykke sine meninger og holdninger valgte vi seks personer i en gruppe. Med det hadde vi også margin om en deltaker ikke skulle møte opp. Vi har valgt å anonymisere alle deltakere, da personopplysningene til objektene ikke har betydning for oppgaven. Objektene ble nummerert fra en til elleve på den måten kan en vite forskjell på dem ved transkribering, og videre analysing. Alle objekter ble kontaktet gjennom mobil via en standardisert tekstmelding.

3.4 Reliabilitet og validitet

Reliabilitet og validitet er to viktige begreper som må vektlegges ved forskning og undersøkelser. For å kunne konkludere noe ut fra vår problemstilling, må en innhente kunnskap gjennom tidligere forskning og teori, samt innhente data gjennom vårt eget forskningsarbeid. Forskningen, teorien og forskningsmetoden en velger å bruke må ha en troverdig relevans og gyldighet for vår oppgave. I praksis vil dette si at bruken av kildemateriale eller innhentede data som ikke har relevans for vår problemstilling vil ødelegge oppgavens gyldighet (Dalland, 2007). Holdbarhet eller gyldighet vil være de beste ordene på å beskrive begrepet validitet med.

Reliabilitet kan med fordel oversettes fra det engelske ord «reliable», altså pålitelig. Siden vi bruker kvalitativ forskningsmetode for datainnsamlingen, vil vi sannsynligvis måtte tolke svar, uttalelser og atferd til våre intervjuobjekter (Wibeck, 2011). Kvale og Brinkmann (2009) skriver om forskerens forforståelse av både tematikk og intervjuobjekter. Det er da viktig at vi forholder oss så objektive som mulig i våre tolkninger og analyser, for å ivareta reliabiliteten av innsamlet data (Kvale og Brinkmann, 2009). Det betyr at vi i praksis må være kritisk til eget arbeid og legge våre egne holdninger vekk når vi analyserer intervjuene.

Mye av oppgavens reliabilitet ligger i intervjusituasjonen og måten vi som moderatorer agerer og stiller spørsmål på. Moderatoren må unngå å stille ledende spørsmål, og forholde seg «... så passiv som möjligt» (Wibeck, 2011:83) i selve intervjusituasjonen. Dette er for at våre

subjektive holdninger og forforståelse ikke skal påvirke intervjuobjektene valg av svar, hvilket vil ødelegge svarenes reliabilitet. Reliabilitet og validitet er noe som må være en del av alle faser i forskningsprosjektet (Halkier, 2010).

3.5 Analyse av data

Dataanalyse av kvalitativt materiale er en dynamisk prosess som begynner fra første møte med intervjuobjektene, til siste punktum er satt i skrivarbeidet. Dette skjedde ved at vi allerede før valgt emne hadde en interesse for fagfeltet (Dalland, 2007). Gjennom undersøkelsesprosessen vil bearbeidelser av materiale og teori påvirke kunnskap og holdninger hos oss, noe som vil påvirke fortolkningen av datamaterialet. Dette vil i hele prosessen påvirke vår analyse og tolkning av datamaterialet, selv om en til enhver tid ønsker å søke størst mulig objektivitet i oppgaven (Postholm, 2010).

En slik fortolkningsprosess kalles hermeneutikk og blir av store norske leksikon definert som «*læren om å fortolke tekster*» (Store norske leksikon, 2013). Den forforståelsen vi hadde før vi startet på prosjektet er også en del av hermeneutikken. Dalland (2007) skriver at dette er en ressurs under oppgaveskriving og er med å hjelpe oss å tolke dataene og materialene vi samler inn. Videre gikk analysefasen ut på å kategorisere datamaterialet for lettere å kunne trekke ut hovedtrekkene. Vi delte inn intervjumaterialet i emner vi mente var relevante for diskusjonen, slik at vi fikk en oversikt over gjennomgående meninger og holdninger til intervjuobjektene. Gjennom hele prosessen har vi forsøkt å dele opp vår empiri for så igjen å sette det sammen til en helhet. Dette skal føre til en bedre oversikt av datamaterialet (Dalland, 2007).

4.0 Resultater og diskusjon

Vi vil her legge frem våre intervjuresultater og knytte disse opp imot den tidligere fremlagte teori. Målet vil være å se på gjennomgående tendenser og holdninger hos studentene, og forsøke å trekke linjer opp imot teori og tidligere forskning. Med det vil vi avgjøre om det vil være mulig å dra noen signifikante konklusjoner på vår problemstilling. Kapittelet er delt opp i ulike emner. Vi har valgt emneinndeling på samme måte som teorikapittelet for god oversikt og struktur. Emnene vil altså bestå av miljø, klimaendringer og bærekraft, forbruk, og sosiale og kulturelle faktorer for miljøbevissthet.

4.1 Miljø, klimaendringer og bærekraft

4.1.1 Miljøbevissthet og miljøbevisst atferd? - I fritiden, i hverdagen og i friluftslivet

Begrepet miljøbevissthet står sentralt i oppgaven, og begrepet vektlegges høyt både i teorikapittelet og datainnsamlingen. Som beskrevet i teorikapittelet så har det vist seg en tendens til at den norske befolkningen er miljøbevisst og ivaretar en miljøbevisst atferd i hverdagen, men at det motsatte er gjeldende på fritiden (Aall m.fl. 2007). Det ser ut til at dette også gjelder våre intervjuobjekter. Innledende intervju spørsmål gikk ut på intervjuobjektens forståelse og definisjon av begrepet miljøbevissthet.

Student nr. 9: *«... ikke bruke bilen så mye, kjøre kollektivt, kortreist mat, økologisk mat, litt sånn små ting hele tiden...»*

Student nr. 2: *«Jeg prøver å være miljøbevisst, prøver å sykle til og fra skolen. Og jeg er utrolig provosert av resirkulasjonsmulighetene i Andeby for alt går i samme søppelbøtte...»*
«Tenke over hva en gjør. Hvordan en er i hverdagen, i forhold til miljømessige konsekvenser.»

Studentene her er altså bevisste om hvordan de kan ivareta en miljøbevisst atferd i hverdagen, og er opplyste på området.

I forhold til utøvelse av friluftsliv på fritiden, er det generelle bilde at studentene på flere områder har kunnskap og er bevisste rundt hva som er skadelig og hva som har konsekvenser for miljøet, at utøvelsen av miljøbevisst atferd er mindre prioritert. Personlige interesser og lyster prioriteres fremfor miljøvennlig atferd. Spesielt transportatferden stikker seg ut som lite miljøvennlig.

Student nr. 8: *«... jeg er veldig glad i å være ute i naturen og jeg bruker naturen flittig, men jeg kjører lett to timer for å gå på søndagsturen, når jeg egentlig kan ta den ut av døren...»*

Student nr. 9: *«... jeg reiser dit jeg vil og ikke ut fra om det er langt eller kort. Så jeg er ikke så miljøbevisst på det da.»*

Studentene er bevisste på at transport er medvirkende til klimagassutslipp og dermed ødeleggende for miljøet, men miljøvennlig eller kortreiste destinasjoner er likevel lavt prioritert. Mer direkte miljøpåvirkninger som sporløs ferdsel som har øyeblikkelige

konsekvenser for miljøet, synes å ligge dypere forankret i studentenes bevissthet, og er i høyere grad en del av deres atferd.

Student nr. 4: *«Bevisst at det du gjør har konsekvenser og at du faktisk plukker opp etter deg. Jeg tenker bærekraftig utvikling.»*

Student nr. 1: *«... når du er på tur at du ikke kaster ting i naturen som ikke hører hjemme der.»*

Oppsummert har studentene en velutviklet miljøbevissthet og atferd når det kommer til den direkte påvirkningen på miljøet, med tanke på sporløs ferdsel og avfallshåndtering. Dette kommer til uttrykk både i hverdagen og i utøvelsen av friluftslivet. Transportatferden er på den andre siden mindre miljøvennlig, og er preget av lyst og personlige ønsker fremfor miljøvennlig atferd. Denne påstand er underbygget av Høyem (2005), som gjør samme konklusjon i sin undersøkelse av sammenhengen mellom miljøbevissthet og friluftslivsutøvelse om hva som angår avfallshåndtering og transportatferd. En kan se denne tendens som til dels egoistisk og sentrert rundt individets ønsker.

4.1.2 Miljøbevisst utstyrvalg

Det var ulikt hvor fort studentene kom inn på sammenhengen mellom utstyr og miljøbevissthet. Enkelte studenter satte forbindelse mellom utstyr og miljø tidlig i intervjuet, hvor andre måtte ledes inn på temaet med direkte spørsmål. Generelt var studentene opptatt av å slite ut utstyret sitt og ikke drive overforbruk, og koblet det til begrepet miljøbevissthet. Driver du lavt forbruk, kan det anses som et miljøbevisst valg (Grønnhverdag, 2013).

Student nr. 5 sier om sitt forhold til utstyr at *«... man bruker det til det er slitt ut i stedet for å kjøpe siste nye modell. Sånn tenker jeg mye i forhold til miljøbevissthet»*

På samme måte sier student nr. 3: *«Jeg kjøper stort sett alltid fordi jeg trenger det. Ikke fordi jeg bare har lyst på det. Da er gjerne det gamle ganske slitt og jeg trenger noe nytt... det er faktisk litt miljøbevissthet.»*

Studentene gir altså uttrykk for at de vet det skåner miljøet å bruke minst mulig utstyr. Når studentene da får spørsmålet om hva som er grunnen eller motivasjonen for å slite ut utstyret

sitt og ikke forbruke mer enn det de gjør, da svarer de fleste at det skyldes økonomiske årsaker. Dette belyses nærmere i kapittelet *Miljø vs. Økonomi*.

Som beskrevet i teorikapittelet *Bærekraftig produksjon og produkter*, så publiserer flere produsenter av friluftslivsutstyr deres ståsted i forhold til miljøriktig produksjon og distribusjon. Studentene fikk derfor spørsmålet om de hadde tanker om produksjonen av friluftslivsutstyr og om de hadde hørt om miljømerking av utstyr. Det var både ulik kunnskap og holdninger på dette området. I første intervju var det ikke spesielt stor kunnskap om miljøvennlig produksjon.

Student nr. 4 sier ærlig om produksjon av utstyr: «*Jeg visste ikke at de hadde noen miljøtiltak engang. Om Norrøna for eksempel har noe, har ikke peiling jeg*»

På samme måte var det igjen økonomien som avgjorde om valget sto mellom miljømerket og ikke-miljømerket utstyr.

Student nr. 4 sier igjen: «*Hvis det er noe som er litt dyrere, men er laget miljøbevisst så er ikke det nok til at du kjøper det da.*»

Denne holdning kan skyldes liten kunnskap om bærekraftig og miljøvennlig produksjon (Minde og Grytten, 2004).

Studentene i intervju to var generelt mer opplyste rundt bærekraftig produksjon, og flere hadde holdninger og kunnskap om produkter og produksjonsmetoder.

Student nr. 6: «*Gore-tex og Helly-tech vet jeg det blir brukt mye flourcarbon i, og det er noe skikkelig svineri*» «*Fjällräven bruker tre i ryggstøttene i sekkene sine istedenfor aluminium for å lage mindre karbon fotavtrykk*»

Student nr. 8: «*Stormberg har da i hvert fall en sånn panteordning på klærne, at du kan gi dem tilbake og da får du noe igjen. Så de blir resirkulert da.*»

Samtidig var disse studentene generelt også mer villig til å betale mer for miljøvennlig utstyr. Da de fikk spørsmålet om hva 10 % pristillegg på en miljømerket fleece fremfor en konvensjonell fleece hadde å si for valget mellom de to produktene, da var samtlige studenter

villige til å betale 10 % mer for det miljømerkede produktet. Med et pristillegg på mer en 10 % var de færreste ikke villig til å kjøpe det miljømerkede produktet.

Oppsummert så er det ulikt i hvor stor grad studentene har kunnskap om produksjon av utstyr og miljømerking av utstyr. Det som imidlertid går igjen er at de studentene som har kunnskap om dette, også er villige til å investere mer i miljømerket utstyr. Vi ser altså i våre intervju en interessant sammenheng mellom kunnskap og miljøbevisst valg av utstyr. Det vil være forhastet å dra en konklusjon som sier at dette er det generelle bilde, da vi har for lite materiale å bygge en slik konklusjon på.

4.1.3 Miljøbevissthet og utdanning - En sammenheng?

Nils Faarlund er en av flere som mener at vi som mennesker gjennom friluftsliv lærer å bli glad i naturen og derfor ønsker å ta vare på den (Leirhaug, 2010). Dette er derfor temaet vi skal ta opp i dette avsnittet.

Student nr. 4 sier: *«For eksempel var vi på bre sist uke, vi ser at den krymper. Det gir oss refleksjoner rundt det, det her er ting som angår oss alle.»*

Dette tyder på at utdanning i friluftsliv er med på å skape en miljøbevisst atferd, og å ta miljøbevisste valg. Som nevnt i forrige diskusjonsavsnitt kan en se en sammenheng mellom kunnskap innen miljøriktig produksjon og valg av utstyr. Tendensen viste at jo mer studentene visste om miljøriktig produksjon, desto større villighet hadde de til å investere i miljømerkede klær. Når studentene fikk spørsmålet om det hadde skjedd en endring i deres kjøpevaner etter de var blitt friluftslivsstudenter, så svarte de fleste at det på en eller annen måte har skjedd en endring. Det ble lagt vekt på at utstysforbruket har økt, men at dette skyldes et økt behov. Til gjengjeld var valget av utstyr mer veloverveid.

Student nr. 8 sier uoppfordret: *«Jeg tror jeg har blitt mer og mer bevisst i mitt utstysforbruk jo lengre man har gått i friluftslivsutdanning...»*

Student nr. 7: *«Jeg tenker mer over hva jeg egentlig trenger når jeg kjøper, for det er jo ofte dyrt utstyr.»*

Oppsummert kan en derfor si at studentene mener utdanningen påvirker deres utstørsforbruk, og at forholdet til dette har vært i endring gjennom utdanningen. Det kommer også frem at pris og kvalitet er viktige momenter og som gjennom friluftslivsstudiet blir reflektert og diskutert mye rundt.

4.2 Forbruk

4.2.1 Friluftslivsstudenter og forbruk

Forbruk har som tidligere skrevet, blitt et tema som er svært aktuelt i dagens samfunn.

Forbruk er i dag grunnmuren i vårt samfunn, som er basert på økonomi og fremgang. I denne delen av oppgaven tar vi utgangspunkt i at dette vil skape klimaendringer over tid. Økonomi og forbruk viser seg også i stor grad å henge sammen, og dette betyr at en endring av våre forbruksvaner, særlig til oss i rikere land, er nødvendig for å forhindre klimaendringer (Kvåle, 2009). Videre viser det seg at mye av utslippet skjer i fritiden, og at friluftslivsaktiviteter er en av de aktivitetene som fører til mest utslipp (Aall m.fl. 2007). I denne delen av oppgaven er fokus på forbruk av friluftslivsutstyr, vi var derfor interessert i å høre hvordan forbruket til friluftslivsstudentene var.

Vi får gjennom intervjuene inntrykk av at friluftslivsstudentene generelt er opptatt av å slite ut utstyret sitt før de handler nytt. De velger gjerne å reparere flenger og lignende, fremfor å handle nytt utstyr. Studentene forteller videre at de bruker utstyret mye, både i skole- og fritidssammenheng, noe som igjen fører til at utstyret blir fort slitt.

Student nr. 6: *«... en bra gore-tex jakke holder i 5 år litt avhengig av bruk. Jeg har hatt min i 6 år nå.»*

Student nr. 4: *«Jeg tenker at de investeringene i friluftslivsutstyr som jeg gjør, er investeringer for livet. Kjøper jeg en isøks så regner jeg å ha den hele livet.»*

Her får vi inntrykk av at det er viktig å velge varer av god kvalitet slik at de holder lenge. Det er også noe som går igjen blant de andre studentene som var med i intervjuet. Kvalitet er viktig i valg av utstyr, de ønsker produkter en slipper å skifte ut hvert år. Dette er også et av miljøtipsene hjemmesiden "Grønnhverdag" (2013) trekker frem som et viktig tiltak for å

unngå stort forbruk. På den andre siden må det trekkes frem at en student fortalte om hun har hatt en jakke i mange år, kunne hun tenke seg å bytte denne ut fordi hun er lei av den.

I denne sammenhengen må det også legges frem at friluftslivstudentene gir uttrykk for å ha ulik forståelse om hva som er god holdbarhet på utstyr. Over ser vi at student nr. 6 forventer at jakken skal holde i 5 år. En annen student forteller at hun har hatt jakken sin i tre år og synes dette er lenge. Flere ganger gjennom intervjuene blir det trukket frem at de anskaffer seg utstyr om de føler behov for det. Samtidig blir det presisert at studentene eier ting de ikke bruker, noe som vi tolker som motsetninger. Det kan virke som de gjerne ønsker kun å handle ved behov, men at dette kanskje ikke helt er realiteten.

Student nr. 2: «Jeg ser at når jeg har penger dukker behovene opp. Så hvis jeg har litt ekstra penger jeg kunne tenke meg å bruke på noe, så dukker det alltid opp et behov uansett.»

Student nr. 4: «Om en jakke fungerer bra i alle år, så kunne jeg sikkert kjøpt en til. Jeg blir kanskje litt lei av jakken. Litt stygt å si det, litt overforbruk. Ikke hvert år, men si om noen år. Selv om jakken ikke er ødelagt, så er det jo fort å kjøpe ny for det.»

Ut ifra disse sitatene kan det virke som friluftslivsstudentene oftest bruker de pengene de har, og at de dermed danner seg et behov ved økt inntekt. Forholdet mellom tid og penger har vært i stor endring ved at den gjennomsnittlige nordmann i dag har bedre økonomi, men samtidig dårligere tid enn for 50 år siden. Dette blir av Fredmann m.fl. (2009) karakterisert som «money rich, time poor».

4.2.2 Miljø vs. økonomi

I dag har vi som sagt en pengesterk befolkning, men studenter har en svak økonomi i forhold til store deler av befolkningen i Norge (Norges studentorganisasjon, 2013). I følge SSBs levekårsundersøkelse får 40 % av studentene støtte hjemmefra og 60 % jobber i tillegg til studier, for å kunne finansiere basisbehov som mat og hus. Som påpekt henger forbruk og økonomi sammen, og dette vil videre bety at studenter har mindre mulighet til å kjøpe mer enn grupper med bedre økonomi (Norges studentorganisasjon, 2013).

Student nr. 5: «Jeg tror også jeg tenker mer på økonomien enn miljøet. Men det er jo også sånn at jeg liker tanken om ikke å ha for mye... Jeg har flyttet mye rundt, så jeg liker tanken

om at man kan ha lite uten for mye styr, det er på en måte også litt den her friluftslivstanke med å være litt mer fri, jeg tror ikke det er miljø»

Student nr. 6: *«Du tenker kanskje ikke så mye miljø når du lar være å kjøpe noe, det er kanskje økonomien, men det er jo en positiv effekt av det.»*

Med bakgrunn i disse sitatene og andre sitater fra studentene, kommer det frem at økonomien ofte er viktigere enn miljøet. Dette stemmer godt overens med det Thjømøe og Olson (2001) skriver om at det er tid, penger og lettvinthet som styrer vår forbrukeratferd. Studentene har ikke råd til å være storforbrukere og blir dermed mer miljøvennlige. Dette ser vi som et viktig poeng med tanke på oppgavens problemstilling, nemlig holdninger rundt utstysforbruk og forbindelse med miljøhensyn. Gjennom sitatene reflekterer studentene selv over hvorfor de ikke forbraker i store mengder. Ut fra vårt datamateriale kommer det frem at studentene på starten av intervjuene gir uttrykk for at de er miljøbevisste, men at dette er i endring under intervjuene. Utviklingen går fra at studentene uttrykker seg som miljøbevisste i starten av intervjuene, men på slutten av intervjuet tyder det på at de har endret oppfattelsen av seg selv til mindre miljøbevisst.

4.2.3 Gjenbruk og reparasjon av utstyr

Som tidligere nevnt er det til fordel for miljøet å beholde og reparere utstyr, slik at du kan bruke det så lenge som mulig. Videre ser en også fordeler ved å resirkulere etter bruk eller selge det videre. Det å kjøpe brukt fører også til at det ikke blir behov for å produsere det paret med ski du ellers hadde kjøpt (Geiser, 2001). Fordi slike tiltak kan ses på som miljøbevisste, ønsket vi å finne ut om friluftslivsstudentene var opptatt av dette.

Student nr. 4: *«Det gjør meg ingenting å kjøpe brukte sko så lenge de fungerer.»*

Student nr. 3: *«Kjøpte et par brukte sko, men det var litt mer pris. Tenkte mest på det fremfor miljøet.»*

Det blir fortalt at det finnes mye bra brukt utstyr å få kjøpt, og dette gjør de fordi det er et billigere alternativ enn å kjøpe nytt. Ved spørsmål om de selger utstyret sitt når de ikke bruker det, kommer det frem at de ikke gjør dette i stor grad. Dette begrunnes med at utstyret er utslitt og ødelagt når de er ferdig med det.

Slik som Geiser (2001) poengterer er det å bevare og å ta vare på tingene våre, fremfor hele tiden handle nytt en av brikkene for å hindre store miljøendringer. Vi var derfor interessert i å høre om friluftslivstudentenes forhold til det å reparere og vedlikeholde utstyret sitt.

Student nr. 4: *«Har jeg fått skader på jakken min, da har jeg sendt den inn til Norrøna og fått den reparert. Det fungerer veldig bra.»*

Studentene forteller videre at de sender inn og reparerer utstyret sitt, fordi de ønsker at det skal vare lenge og beholde det utseende det hadde når de kjøpte varen. Det blir også poengtert at det er på grunn av økonomien at dette er viktig, og at klima sjelden er i tankene når de reparerer eller vedlikeholder utstyret sitt.

4.3 Sosiale og kulturelle faktorer for miljøbevissthet

Sosialisering er en kontinuerlig prosess som forgår gjennom hele livet, og er med på å påvirke individets atferd, holdninger og valg. Gjennom samvær med andre, føres en inn i en sosial orden med fastsatte regler og normer som individet vil forsøke å tilpasse seg (Mortensen, 2013). En student forteller om foreldre som tydelig har hatt en miljøbevisst atferd gjennom hans oppvekst og vært nøye med sitt forbruk.

Student nr. 5: *«Det går igjen i mitt liv, at om noen kaster noe som kan brukes, så føles det dumt for meg.» «... jeg tror det er en sånn miljøbevisst ting som ligger i bakhode som kommer hjemmefra, men jeg tenker aldri at dette gjør jeg fordi jeg er miljøbevisst.»*

Det er tydelig at her har holdninger hos foreldrene blitt overført til studenten gjennom oppveksten slik at miljøbevisst atferd er blitt en selvfølge, men han er ikke bevisst rundt dette. Videre forteller studentene om venner og lærere som er miljøbevisste, og hvilken påvirkningskraft dette har.

Student nr. 5: *«Jeg får dårlig samvittighet når jeg tar fly for eksempel. Jeg har tatt buss fra Oslo til Danmark flere ganger, selv om det koster det samme som fly. Men det er fordi jeg har noen venner som er helt crazy på det der.»*

Student nr. 9: *«Jeg synes flere lærere i fjor var flinke til å si ifra om alltid å kjøpe brukte fjellski, og masse fine fjellski på dynga...»*

I disse utsagnene gjenkjenner vi det litteraturen skriver om hvordan den primære og sekundære sosialiseringen påvirker individet. Holdninger og normer som studenten har vokst opp med i hjemmet, er med å påvirke hans verdier og synspunkter. Mens venner og lærere kan ha en viktig rolle ved formidling av uskrevne normer og verdier (Sølvberg m.fl., 2013). Vi ønsket å finne ut mer om det var noen faktorer som hadde sterk påvirkningskraft på studentenes utstyrvalg.

Student nr. 6: «... det er noen i klassen som har veldig mye erfaring med topptur for eksempel, og da er det naturlig å spørre dem hva som er bra og ikke.»

Student nr. 8 sier: «... og så handler det jo mye om hvem du er i klasse med, om det er noen som er veldig miljøbevisste eller veldig utstyrsfokuserte i klassen din.»

Dette tyder på at studentene lar seg påvirke av personer med mye erfaring og lærere sine anbefalinger når det kommer til forbruksatferd og utstyrvalg.

4.3.1 Utstyrsfokus ved utdanningen

Studentene ble stilt spørsmål om de følte et press fra høyskolen til å anskaffe seg mye utstyr. På det første intervjuet var studentene enige om at de ikke følte noe press, selv om de syntes studiet krever mye utstyr. De begrunnet dette med at en naturlig følge av å være friluftslivsstudent og friluftslivsinteressert var et behov for mye utstyr. Fra det andre intervjuet var de enige om at det var et press fra skolen om å kjøpe mye utstyr.

Student nr. 7: «Ja, jeg tror det er mange som føler det.» «Sånn blir det jo fordi du har valgt å gå på den skolen, så må du jo på en måte ta konsekvensen av det.»

Student 9 følger opp dette med: «Du må jo ha fjellski, du må ha toppturski, klatreutstyr, ganske mye utstyr da, men du har jo på en måte valgt det selv.»

Selv om det er uenighet om det er, eller ikke er et utstyrspress fra høyskolen, så har de en oppfatning om at deres interesse og studievalg krever en stor utstyrsbod, og at det er mye utstyrsfokus.

4.3.2 Mote og trender

Vi ser at studentene følger flere trender og moter gjennom deres utstyrvalg. Det er vanskelig å si hva som skaper disse motene og trendene, men i følge teorien formidler media et stort utstyrsfokus på friluftsliv. Det er uvisst hvor mye media påvirker oss, og det skjer trolig uten at vi er klar over det (Horgen, 2009). Dette kan være en av grunnene til at studentene snakker lite om hvordan de blir påvirket av mediene i intervjuet.

Student nr. 8 sier: *«Mange har en grønn profil og det står mye om det på nettsidene deres, men det er mye snakk.»*

Student nr. 6 sier: *«Det blir litt som den der POW bevegelsen, protect our winters, og så er hele reklamefilmen heliskiing og sånn.»*

Disse dataene forteller at studentene gjennom media blir bevisst rundt miljøprofilering og miljø som trend blant friluftslivsprodusenter og frivillige organisasjoner. Det blir også gitt uttrykk for skepsis til organisasjonene og produsentene, og mistillit til miljøtiltakene de gir uttrykk for å gjennomføre. En trend som kommer tydeligere frem er imidlertid at det er viktig for studentene at de ønsker kvalitetsvarer.

Student nr. 6: *«Når jeg først kjøper noe, da kjøper jeg kvalitet, for da vet jeg det holder lenge.»*

Student nr.1: *«Jeg kjøper en ting som er god kvalitet som varer, i stedet for mange billige som ikke varer.»*

Det kan tyde på at det er et par merker som blir oppfattet som god kvalitet, siden disse ofte nevnes som slike eksempler fra studentene.

Student nr. 6: *«Det er litt snakk om hva som er bra og hva som er dårlig, for det er noen i klassen som har veldig mye erfaring med topptur for eksempel, og da er det naturlig å spørre dem hva som er bra og ikke. Men det er ikke sånn merkeutstyrsgeie at det skal være Arc'teryx, Norrøna, Houdini eller Klättermusen.» «Jeg synes det er litt kulere med Stormberg, for det er jo ikke like bra som Arc'teryx»*

Student nr. 6 begrunner dette utsagnet med at han synes det er kulere å gjennomføre turer i Stormbergbekledning enn i Arc'teryxbekledning, fordi han betrakter Stormberg som dårligere

enn Arc'teryx. Vi oppfatter under begge intervjuene at det er noen merker som er mer populære enn andre. Klättermusen, Arc'teryx og Norrøna var merker som ofte ble brukt som eksempler av studentene. Vi sitter igjen med et inntrykk av at disse merkene blir sett på som populære, fordi de forbindes med kvalitet. Dette kan og gjenkjennes i hva Pedersen (2013) skriver i sin hovedfagsoppgave:

«Det er individuelt fra turleder til turleder, hvordan friluftslivsutstyrets symbolske status oppfattes. Men på tross af dette er der nogle tendenser, der peger på, at turlederne har en fælles forståelse af et frilutslivhierarki. Merker som Klättermusen, Arc'teryx og Norrøna (i den rækkefølge) befinder sig i toppen, Bergans ligger i midten, og mærker som Stormberg og Norheim (i den rækkefølge) er i bunden» (Pedersen 2013:98).

Klättermusen er et merke som blir oppfattet som både miljøvennlig og med god kvalitet av studentene, så hvorfor er det ikke dette de anskaffer seg? Igjen tyder det på at økonomi spiller en sentral rolle.

Student nr. 5 snakker om at han vet Klättermusen gjør gode miljøtiltak, men sier samtidig:

«... jeg har ikke kjøpt Klättermusen, for jeg har ikke råd til det.»

Student nr. 2: *«...Jeg hadde lyst på Klättermusen, men så fant jeg en Norrøna skalljakke til 3000,- i stedet for Klättermusen til 6000,-, da ble det Norrøna»*

Studentene mener det ikke er noen trender, utstyrspress og at noen merker er mer populære enn andre. Vi mener derimot at det er en trend at studentene velger merker som er kjent for god kvalitet.

5.0 Oppsummering og konklusjon

I denne oppgaven har vi sett på holdningene til norske friluftslivsstudenter med tanke på deres utstysforbruk sett i et miljøperspektiv. Vi har samlet studenter til fokusgruppeintervju, for at de sammen skulle ha mulighet til å diskutere og reflektere rundt temaene vi har satt fokus på. For å finne svar på problemstillingen har det vært interessant å se på holdninger til miljø, forbruk og hvordan sosiologiske prosesser har påvirket dette.

Informantene vi valgte å intervjuer var alle friluftslivsstudenter fra samme høyskole, men flere hadde ulikt utgangspunkt og hadde gjerne tatt deler av utdanningen ved andre institusjoner. Om utdanningen ved vår høyskole har hatt påvirkning på informantene er vanskelig å si ut fra vårt datamateriale, men vi får inntrykk av at utdanningen de har vært gjennom påvirker deres syn på utstyr og miljø.

Vi fikk inntrykk av at alle informantene var bevisste rundt dagens aktuelle miljø- og klimaendringer, og hvilke faktorer som bidrar til disse endringer, både i hverdagen og på fritiden. En så imidlertid heller lite resultat av disse holdningene i form av handlinger. Datamaterialet antyder altså at de fleste ønsket å drive et miljøvennlig friluftsliv, men har lav måloppnåelse.

Studentene anskaffer og forbruker forholdsvis mye utstyr, men har samtidig et høyt aktivitetsnivå. Stort sett alle studentene var opptatt av å bruke opp utstyret sitt og slite det ut, før nytt ble anskaffet. Dette kan anses som en miljøbevisst atferd. Det fremgår imidlertid ganske klart at økonomi i de fleste tilfellene forekommer som begrensende faktor for anskaffelse av nytt utstyr. Hadde studentene hatt bedre økonomisk grunnlag, ville de sannsynligvis også hatt et høyere forbruk, og hatt mindre fokus på å slite ut utstyret sitt.

Det er tydelig at studentene lar seg påvirke av andre, og påvirker selv. Datamaterialet viser at studentene har blitt påvirket av foreldre, venner, lærere, personer med mye erfaring i en aktivitet, og ting det er et sterkt fokus på i klassemiljøet. Media blir ikke direkte nevnt som en sosialiseringssagent, men det tyder på at informantene har latt seg påvirke i større grad enn de er bevisste på. Vi har vektlagt sosialiseringens rolle lite i denne oppgaven, men synes temaet er spennende til videre forskning.

6.0 Litteraturliste

- Aall, C., Klepp, I. G., Hille, J. (2007) *Miljøbelastninger fra norsk fritidsforbruk – en kartlegging*, Tilstandsrapport fra Vestlandsforskning, Sogndal.
- Anker og Rønnow (2002) *Miljø og menneske: Kritiske perspektiver*, Gyldendal, Oslo
- Arc'teryx (2013) *Environmental statement* [internett] Tilgjengelig fra: <http://www.arcteryx.com/environment.aspx?language=EN> [lest: 12.12.2013]
- Asdal, K. og Jacobsen, E. (2009) *Å bære forbrukeransvar*. I: Asdal, K og Jacobsen, E. red. *Forbrukerens ansvar*. 1. utg. Cappelen Damm AS. s. 09-30.
- Bakke, J. K. og Lien, M. (1992) Mellom nytte og nytelse - perspektiver på forbruksteori. I Lien, M. red. *Bilder av forbrukeren i forbruksforskning*. Arbeidsrapport nr. 9-1992 Statens institutt for forbruksforskning.
- Befring, E. (2007) *Forskningsmetode med etikk og statistikk*. 2. utg. Samlaget, Oslo
- Bjerck, M., Klepp, I.G. og Vittersø, G. (2009) *Fritidsforbruk, frihet og miljøansvar*. I: Asdal, K og Jacobsen, E. red. *Forbrukerens ansvar*. 1. utg. Cappelen Damm AS. s. 223 - 250.
- Bishoff, A. og Odden, A. (1999) *Ungdom og friluftsliv – endringer i lys av modernitetsprosesser* [internett] Tilgjengelig fra: <http://teora.hit.no/dspace/bitstream/2282/676/1/natsam.pdf> [lest:15.11.2013]
- Dalland, O. (2007) *Metode og oppgaveskriving for studenter*. 4. utg. Gyldendal, Oslo
- Fredman mfl. (2009) *Turisme i natur- definisjoner, omfang, statistikk*. Turismforskningsinstitutt ETOUR
- Friflyt (2013) *Ikke kjøp mer nå*. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://friflyt.no/Ski/ikke-kjoep-mer-naa> [Lest: 09.12.2013]
- Geiser, K. (2001) *Materials Matter - Toward a sustainable materials policy*, The MIT Press, Massachusetts
- Grimeland, G. (2004). *En historie om klatring i Norge 1900-2000*. Fagbokforlaget.
- Grønnhverdag (2013) *Din guide til miljøvennlig og etisk forbruk*. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.gronnhverdag.no> [Lest: 09.12.2013]

- Halkier, B. (2010) *Fokusgruppe*. Gyldendal akademiske, Oslo
- Haukeland, P. I. (2008) *Dyp glede - Med Arne Næss inn i dypøkologien*, Flux forlag, Oslo
- Henson, R. (2009) *The rough guide to climate change*, Penguin Books, Ltd., New York
- Horgen, A. (2009) *Friluftslivet slik media ser det*. Rapport fra konferansen Forskning i friluft 2009 FRIFO
- Høyem, J. (2005) *Aktiv utøvelse av friluftsliv - et grunnlag for miljøbevissthet og miljørelevant atferd?* Masteroppgave, Oslo, Norges Idrettshøgskole
- Joner, T. B. (1991) *Miljøsparetips - spar penger spar miljøet*, Libris forlag, Oslo
- Kemppainen, J. og Husbyn, T. D. (2009) *Grønne Klær*, Bachelor thesis, Høgskulen Sogn og Fjordane
- Klättermusen (2013) *Money back on your outdoor products!* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.klättermusen.se/companysoul.php?id=5&lang=EN&curr=EUR&sex=> [Lest: 12.12.2013]
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2009) *Det kvalitative forskningsintervju*. 2. utg. Gyldendal, Oslo
- Kvåle, G. (2009) *Forbruk, miljø og moral*. Bergens tidende, 25. november 2009
- Larsen, A. K. (2007) *En enklere metode*. Fagbokforlaget, Bergen
- Leirhaug, P.E. (2010) *Grepet av natur? - om friluftsliv, naturvennskap og miljøkrise*, fra boken *Arven og gleden - et festskrift til naturen*, Tapir akademisk forlag, Trondheim
- Lidskog, R. og Sundqvist, G. (2013) *Miljøsociologi*, Gyldendal, Oslo
- Melby, I. (2011) *Friluftslivsutstyrets betydning i en folkehøyskolekontekst - glemt eller høyt profilert? En kvalitativ undersøkelse av friluftslivsutstyrets betydelse for folkehøyskoleelever*. Norges idrettshøyskole, Oslo.
- Miljødirektoratet (2013) *Slik kjøper du klimakvoter* [internett] Tilgjengelig fra: <http://co2.klif.no/> [lest: 20.11.2013]
- Miljøverndepartementet (2000-2001) *Friluftsliv - en vei til høyere livskvalitet*. St. meld. nr. 39 (2000/2001) Oslo, miljøverndepartementet.

Minde, K.B. og Grytten, O.H. (2004) *Miljøbevisst og bærekraftig*. 1.utg. Fagbokforlaget, Bergen.

Mortensen, G. A. (2013) *Sosialisering*. [internett] Tilgjengelig fra: <http://ndla.no/nb/node/53027?fag=36> [lest: 08.12.2013]

Norges studentorganisasjon (2013) *Studentfinansiering* [internett] Tilgjengelig fra: <http://student.no/kampsak/11-maneders-studiestotte/> [lest: 28.11.2013]

Norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste (2013) *Skal det registreres personopplysninger?* [internett] Tilgjengelig fra: <https://trygg.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/meldeplikttest> [lest: 12.11.2013]

Patagonia, (2013) *Worn wear* [internett] Tilgjengelig fra: <http://wornwear.patagonia.com/> [lest: 11.12.2013]

Pedersen (2013) *Æstetisering af friluftslivet - et studie af 6 turlederes udstyrsbrug, set ud fra et forbrugssociologisk perspektiv*. Masteroppgave. Høgskolen i Telemark, avdeling for allmennvitenskapelige fag. Bø

Postholm, M. B. (2010) *Kvalitativ metode - en innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. 2. utg. Universitetsforlaget AS, Oslo

Regjeringen (2013) *Bærekraftig utvikling* [internett] Tilgjengelig fra: http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/tema/barekraftig_utvikling.html?id=1333 [lest: 14.11.2013]

Regjeringen (2013b) *Norge går foran med forbud mot miljøgiften PFOA* [internett] Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/stoltenberg-ii/md/Nyheter-og-pressemeldinger/nyheter/2013/norge-gar-foran-med-forbud-mot-miljogift.html?id=735702#> [lest: 26.11.2013]

Sandberg, K., Olsen, S., Mogensen B. R (2000) *Miljørapportering*, SL Forlagene, København

Slater, K. (2003) *Environmental impact of textiles - Production, processes and protection*, CRC press, New York

Store norske leksikon (2013) *Hermeneutikk* [internett] Tilgjengelig fra: <http://snl.no/hermeneutikk> [lest: 01.12.2013]

- Store norske leksikon (2005-2007) *Kjøpepress* [internett] Tilgjengelig fra:
<http://snl.no/kj%C3%B8pepress> [lest: 03.12.2013]
- Stormberg (2013) *Klimanøytral bedrift* [internett] Tilgjengelig fra:
<http://www.stormberg.com/no/om-stormberg/miljo/klimanoytral-bedrift/> [lest: 20.11.2013]
- Storm-Mathisen, A. (1998) *Kjøpepress... hva er det for noe? Et forprosjekt om klærnes betydning for 13-åringene*. Arbeidsrapport nr.4-1998, SIFO, Lysaker
- Sølvberg, E., Kristoffersen, E., Mortensen, G. A. (2013) *Sosialiseringsarenaer*, Fagbokforlaget [internett] <http://ndla.no/nb/node/54126?fag=36> [lest: 08.12.2013]
- Thiele, L. P. (2013) *Sustainability*, Polity Press, Cambridge
- Thømøe, H. M. og Olson, E. L. (2011) *Forbrukeratferd - kjøpsatferd og økonomisk psykologi i markedsføringen*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Tordsson, B. (2010) *Friluftsliv, kultur og samfunn*. Høyskoleforlaget, Kristiansand
- Tordsson, B. (2002) *Friluftsliv og de store nasjonale prosjektene*. Innlegg på FRIFO seminar 2002.
- Vatne, B. og Husbyn S.D. (2010) *Grønn atferd*, Bachelor thesis, Høgskulen Sogn og Fjordane
- Wibeck, V. (2011) *Fokusgrupper – Om fokuserade gruppeintervjuer som undersøkingsmetode*. Studentlitteratur AB, Lund
- World Commission on Environment and Development rapporten, (1987) [internett]
Tilgjengelig fra: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> [lest: 14.11.2013]

Vedlegg 1- Intervjuguide

Innledning

0) Hvilke friluftslivsaktiviteter driver du med? Begynn dette svaret med nummeret ditt.

Tema: Miljø og miljøbevissthet

1) Hva tenker dere om begrepet miljøbevissthet?

2) Er dere miljøbevisste?

-Hvorfor, hvordan?

3) Har dere noen tanker om hvordan utstysproduksjonen skjer?

- De fleste produsenter gjør ulike miljøtiltak i produksjonen av utstyr. Vet dere om noen?

- Er disse ulike miljøtiltakene som utstysprodusentene et bra tiltak, eller er det likegyldig?

- To tilsvarende produkter, helt likt utseende og kvalitet. Ene mer miljøvennlig, men 10 % dyrere. Hvilket ville du kjøpt?

- Hvorfor?

Tema: Utstyr - bruk og forbruk

1) Hva er bakgrunnen for at dere anskaffer dere et nytt friluftslivsprodukt? (Alt av klær, sko og utstyr)

2) Du finner et produkt på salg som du har lyst på, men trenger ikke. Hadde du kjøpt det?

3) Foretar dere vedlikehold og reparasjon av utstyret deres?

4) Har det skjedd en endring i deres kjøpevaner av friluftslivsutstyr etter at dere startet som friluftslivsstudenter.

- Hvorfor/ hvorfor ikke, og på hvilken måte?

5) Føler dere et kjøpepress fra skolen, lærere eller medstudenter?

Vedlegg 2- Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

”Friluftslivsstudenter, miljøperspektiv og utstyr”

Bakgrunn og formål

Formålet med studien er å sette et større fokus på friluftslivsstudenters utstysforbruk sett i et miljøperspektiv. Vi tror at friluftslivsmiljøet i dag bærer preg av forbruk og at det er pengene som i stor grad bestemmer valg og kjøp av utstyr. Vi vil derfor skrive en Bachelor oppgave på nettopp dette temaet ved Høgskulen i Sogn og Fjordane. Utvalget til oppgaven er gjort tilfeldig.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Deltakelse i studien innebærer at du stiller til gruppeintervju en gang sammen med 4 medstudenter. Her vil vi stille ulike spørsmål som dere som gruppe skal diskutere og ha samtale rundt. Dette intervjuet vil vare ca. 45 minutter. Det vil ikke skje noen innsamling av opplysninger om deg utenom dette.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Opplysninger om deg vil det kun være studentene i forskningsgruppen som vil ha tilgang til. Navn og telefonnummer vil oppbevares på annen enhet enn annet materiale. Ingen av deltakerne vil kunne gjenkjennes i en eventuell publikasjon.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 18.12.2013. Ved endt prosjekt vil alle personopplysninger og opptak slettes.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studiet, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)