



BACHELOROPPGAVE

Transformasjonsprosesser i naturbasert reiseliv- kan guiden være en katalysator til mer bærekraftige holdninger og handlinger?

Transformation processes in nature-based tourism - can the guide be a catalyst for more sustainable attitudes and actions?

Janicke Strøm

Natur- og opplevelsesbasert reiseliv

Institutt for økonomi og administrasjon

Veileder Kristin Løseth

23. mai 2022

Sammendrag

Bakgrunnen og interessen for temaet i denne Bachelor oppgaven ble vekket under et opphold på Ylvingen, hvor jeg deltok på strandrydding og fikk sett den enorme forsøplingen kysten vår er rammet av. Seil Tavaha er et nytt konsept i regi av Seil Norge, der turister i en ukes seilopplevelse på Helgelandskysten også plukker søppel på holmer og langs strender. Seil Tavaha ble utgangspunktet for å undersøke hvorvidt en slik opplevelse kunne bidra til mer bærekraftige holdninger og handlinger i livsstil hos gjestene. Og hvilke elementer i opplevelsen var av betydning for en slik endring. Fire gjester som hadde deltatt på Seil Tavaha i perioden 2019 til 2021 ble intervjuet.

Guiden viser seg avgjørende i opplevelsen Seil Tavaha. En uke i en trygg og tematisert turistboble med kontrastfylt opplevelse i flott natur, bærer en bunnsolid guide og skipper hele opplevelsen, og bidrar til miljøbevisste holdninger og handlinger.

Abstract

The background for, and the interest in the topic of the thesis of this bachelor was awakened during my stay in Ylvingen last summer. While I was there I participated in cleaning the beaches and could see for myself the enormous amount of garbage that pollutes our coastline.

Seil Tavaha is a new concept by the company of Seil Norge. They offer a week of sailing along the coast of Helgeland, that also includes the possibility to engage in cleaning the beaches and the islets along the coast. For me, Seil Tavaha became the starting point in investigating whether such an experience could contribute to more sustainable attitudes and actions in the lifestyle of the guests. And the question is, which elements of this experience were important for such a change? Four guests, who joined the Sail Tavaha experience between 2019 and 2021, were interviewed.

During a week in a safe and themed tourist bubble with contrast-filled experiences in great nature, the rock-solid guide and skipper is proven to be highly important for the experience of the guests. The guide would also contribute to increasing environmentally conscious attitudes and actions for the participants.

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	1
Abstract	1
1. Innledning.....	5
2. Kontekst.....	7
3. Problemstilling.....	7
4.1. Hva er transformasjon og hva sier forskningen om transformasjon i reiselivsopplevelser og dens betydning for individet og samfunnet?	8
4.2. Opplevelsespyramiden	10
4.3. Elementer som legger til rette for fordypning og transformativ opplevelse i guidet naturbasert opplevelser.....	11
4.3.1. Naturens evne til fordypning og transformasjon.....	11
4.3.2. Turistboblens egenskaper gjør det enklere å oppnå fordypning.....	13
4.3.3. Guidens betydning for transformasjonsprosessen i turistboblen	14
5. Metode	16
5.1. Valg av undersøkelsesdesign.....	16
5.2. Den kvalitative intervjumetoden	16
5.3. Valg av case, utvalg av informanter og gjennomføring	17
5.4. Analysestrategi.....	19
5.5. Svakheter ved undersøkelsen	20
6. Resultat og analyse av intervju.....	20

6.1.	Hva motiverte deltakerne til å delta på Seil Tavaha?	21
6.2.	Hvilke elementer bidrar til fordypning og transformasjon under Seil Tavaha opplevelsen?	23
6.2.2.	Turistboblens egenskaper gir mulighet for fordypning	25
	Seil Tavaha, en avgrenset turistboble med mulighet for fordypelse	25
	Endringsvillige gjester bidrar til trygge sosiale interaksjoner i turistboblen.....	27
	Turistboblens tema, Tavaha, gir næring til det intellektuelle nivået.	30
	Turistboblens varighet og sakte reise innbyr til dypere interaksjoner og refleksjoner. ...	31
6.2.3.	Guiden tilrettelegger for fordypning i turistboblen	33
	Guiden skaper trygghet i turistboblen i rollen som skipper og pedagog	33
	Guiden legger til rette for individuelle hensyn.....	34
	Guidens involvering av gjestene legger til rette for sosiale interaksjoner.....	35
6.3.	Guidens kompetanse har effekt på elementene og gjestenes tilfredshet.....	37
7.	Konseptets transformasjonskraft i forhold til mer bærekraftige holdninger og handlinger i livsstil	40
7.1.	Gjestenes egen bevissthet rundt endringer som er foretatt	41
8.	Konklusjon, praktiske implikasjoner og fremtidig forskning.....	43
8.1	Naturen og turistboblen er grunnmuren i fordypningsprosessen, men guidens tilrettelegging og kompetanse er avgjørende for endring.	43
	Praktiske implikasjoner.....	44
	Fremtidig forskning.....	45
	Referanseliste.....	46

Vedlegg 50

1. Innledning

Et opphold på Ylvingen og Himmelblå Brygge på Helgelandskysten sommeren 2021 ble for meg en vekker når det gjelder forsøpling langs vår vakre kyst. En invitasjon til en liten times strandrydding på en idyllisk holme fikk sommeridyllen til å slå sprekker. Flere kilo med søppel ble veid opp i påsyn av turister på kaia, og jeg var ikke alene om å bli både forundret og arg over den enorme forsøplinga. Denne opplevelsen satte meg på ideen om å se hvorvidt reiselivsnæringen kunne være en bidragsyter til en slik oppvåkning også hos turister. Kunne en slik kontrastfylt naturopplevelse være et bidrag til å endre folks holdninger og handlinger til eget forbruk og en mer bærekraftig livsstil? Kunne dette være en nisje i markedet som gjør næringen mer bærekraftig i form av at den endrer gjestens fremtidige avtrykk? Kan det tenkes at turistene kan bidra til renere miljø og bedre klima gjennom «dugnad på ferie».

Norge har som mål å redusere CO2 utslippene med minst 50% innen 2030, noe som betinger både endring og innovasjon (Innovasjon Norge, 2021). Det viser seg at 25% av klimaavtrykket anslås å komme fra den stedsbaserte virksomheten i reiselivet og 75% fra transport til og fra reisemålet, og det betyr at næringen har et stort ansvar for å nå de mål som er satt.

Reiselivsstrategiens scenario mot 2030 er at reiselivet skal gi sterke inntrykk med små avtrykk (Innovasjon Norge, 2021, s. 49). Sterke inntrykk skapes i verdiskapende opplevelser. Det handler om å gi personlige opplevelser som involverer og berører følelsesmessig og trenden viser økt individualisering og ønske om meningsfulle opplevelser. Fremtidens reisende vil være mer verdiorientert, kvalitetsbevisst og vil forvente mer sømløse reiser og grønne, smarte løsninger (Innovasjon Norge, 2021, s. 32). Denne sommerens opplevelse gjorde sterkt inntrykk og et meningsfullt avtrykk i minnet hos meg, og førte nok til at jeg etterlot meg et mindre avtrykk på den idylliske holmen.

Gode og meningsfulle opplevelser hos gjestene er viktig for reiselivsnæringen, da det bidrar til økt verdi og gjenkjøp. Samtidig er det av interesse å se på hvorvidt opplevelser i reiselivet også kan være et bidrag til en mer bærekraftig næring og bærekraftige holdninger og

handlinger i samfunnet ellers. Reiselivet ønsker å være en del av løsningen på de utfordringer verden står overfor når det gjelder klima og miljø. «Krisen menneskeheten står overfor i dag er ikke så mye en miljøkrise, en politisk krise eller en økonomisk krise; det er i hovedsak en bevissthetskrise» (Russel, P. 2001, sitert i Sheldon, 2020, s. 2). Kan en kontrast- og meningsfull opplevelse bidra til at mennesket blir mer bevisst? Og hvilke elementer i en reiselivsopplevelse bidrar til en slik transformasjon? I tredje generasjons opplevelsesøkonomi søker forbrukeren å bli transformert på en meningsfull måte som bidrar til selvaktualisering (Boswijk, Peelen, Olthof, 2013, sitert i Kirillova et.al. 2016). I følge Sheldon (2020) kan en reise til enhver destinasjon være kraftig transformerende og "ingen annen menneskelig aktivitet ... har større potensial til å endre oppfatningene dine eller måtene du velger å leve livet ditt på" (Kottler, 1997, s. 14, sitert i Sheldon, 2020, s.3). For å forstå turisme og verdiskaping i opplevelses- eller transformasjonsøkonomien er det avgjørende å forstå hva som skaper mening for enkeltmennesker (Björk. et.al.2020, s. 28), og fremtidig forskning kan ta for seg å fremme bærekraft som interessante og hyggelige opplevelser i sammenheng med økoturisme (Holm, et.al., 2013; Kaae et.al., 2019 sitert i Björk et.al. 2020, s. 32). Breiby et.al. (2020, s. 335) mener kunnskapen om bærekraftige opplevelser og hvordan de kan inkluderes i opplevelsesdesign for å øke opplevd verdi er begrenset. Behovet for å transformere turismen har aldri vært større, og det paradigmeskiftet kan bare skje hvis verdiene og bevisstheten til alle involverte i turisme transformeres (Sheldon, 2020, s. 1).

Seil Tavaha er et forholdsvis nytt reiselivskonsept med tilhold på Heleglandskysten, med en bærekraftig profil hvor gjestene deltar på en ukes seiling kombinert med strandrydding. Her får deltakerne spektakulære og aktive naturopplevelser, lære å seile samt kunnskap om plastforsøpling i havet. Den røde tråden er en miljøvennlig profil, der ønsket er å skape sterke inntrykk med få avtrykk. Spørsmålet mitt er om inntrykkene blir så sterke at opplevd verdi medfører en transformasjon, slik at gjestene endrer sin holdning og handling til å leve mer bærekraftig i etterkant av en slik opplevelse. Og hvilke elementer bidrar til å trekke opplevelsen i en transformerende retning.

2. Kontekst

Seil Tavaha er et forholdsvis nytt konsept levert i regi av Seil Norge. I samarbeid med Nordic Ocean Watch seiler de en ukes tid langs Helgelandskysten med betalende turister, der strandrydding og kunnskap om forsøpling av havet er tema. De gjør strandhogg på forskjellige holmer hvor de plukker søppel. Og de besøker øyer som Myken og whisky destilleriet der, Træna hvor de får nyte Havfolkets badstue og bestige Trænastaven og videre i Ærfuglens rike og ender til slutt på Himmelblå Brygge på Ylvingen. Naturopplevelsen og det kontrastfylte temaet, Tavaha er sentrale i opplevelsen. De er rundt 10 personer ombord på seilbåten og fremhever at seiling er en øvelse i bærekraft, når det gjelder å spare på strøm og vann, men også i det å være raus med tålmodighet og smidighet ovenfor hverandre.

Velkommen på en meningsfull og storslått opplevelse med seilbåt nedover Helgelandskysten. Sammen med Nordic Ocean Watch kaster vi loss med vårt aller grønneste turkonsept; Seiling og Strandrydding også i sommer. Her står det å ta vare på havet i fokus. Omgitt av storslått natur seiler vi for å etterlate et positivt håndavtrykk; du får være med på strandryddinger, får kunnskap om forsøpling i havet og høre om konkrete løsninger på problemet. Gøy, lærerikt og inspirerende! (Seil Norge, u.å.)

I tillegg gis praktisk informasjon om livet ombord, sikkerhet, nivå på turen, hvordan reise, utstyr, mat og forventinger til gjestene.

3. Problemstilling

Hvilke elementer ser ut til å ha størst betydning for transformasjonsprosessen i Seil Tavaha opplevelsen? Og i hvilken grad bidrar disse elementene til transformasjon mot mer bærekraftige holdninger og handlinger hos gjestene?

4. Teori

I denne delen vil jeg først se nærmere på hva forskningen sier om transformasjon og transformasjon i reiselivsopplevelser og dens betydning for individet og samfunnet. Videre vil jeg se nærmere på en modell som peker på hvilke elementer en meningsfull opplevelse må ha for å kunne bidra til transformasjon. Jeg vil se på forskning knyttet til guidede naturopplevelser og modellen brukes som støtte, for å se på hvordan og hva i en guidet naturbasert opplevelse, som kan tilrettelegge for transformasjon.

4.1. Hva er transformasjon og hva sier forskningen om transformasjon i reiselivsopplevelser og dens betydning for individet og samfunnet?

Endringer hos mennesket utløses ofte gjennom meningsfulle øyeblikk og følelsesladde opplevelser som gir grobunn for refleksjon og spørsmål, gjerne rundt essensielle temaer i livet. Refleksjoner som kan føre til små og store transformasjoner og skape endringer både på det fysiske og mentale plan hos individet. Reisinger (2013) beskriver det på følgende måte:

Transformasjon skjer der man engasjerer seg i det ukjente, med ukjente mennesker, steder og aktiviteter, der ens vaner og normale rammer blir stilt spørsmål ved, og som et resultat av dette engasjerer personen seg i selvevaluering, ofte ledsaget av ubehagelige eller uønskede følelser, noe som fører til kritisk vurdering av tidligere antakelser i et forsøk på å gi mening til opplevelsen (s. 28).

Det er gjennom årene forsket på ulike nisjekontekster innenfor transformativ turisme, som det å studere i utlandet, uavhengige reiser som backpackers, økoturisme, velvære og åndelig turisme og frivillig turisme. Disse har sett på hvordan andre kulturer og utfordringer fører til endring og utvikling til bredere referanseramme og identitetsfølelse (Pung et.al. 2020, s.2 - 3).

Transformasjon eller transcendens referer ofte til det å gå utover eller klatre, å oppleve en

høyere virkelighet- en åndelig opplevelse (Levitt et.al. 2004 sitert i Duerden et.al. 2019, s. 207). Wolf et. al. (2017) har skrevet et litteratursammendrag om transformasjonsprosesser og mener ut ifra dette at en transformasjonsprosess fremmer personlig vekst, som ofte krever en positiv holdning og innstilling, og som også kan få samfunnsmessige konsekvenser. Transformasjon fører gjerne til positive endringer i holdninger og verdier for de som deltar i en opplevelse (Christie & Mason, 2003, s. 9), og slike holdningsendringer kan være sterke nok til å endre den langsiktige atferden i hverdagslivet (Pung et.al. 2020, s. 9). Miljøvennlig atferd utvikles (Wolf et. al. 2017 sitert i Pung et.al. 2020, s. 9) eller det skaper mer solidarisk oppførsel og kritisk tenkning omkring sosiale spørsmål (Grabowski et.al. 2017 sitert i Pung et.al. 2020, s. 9). Transformasjon beskrives som en utvidelse av horisonter, en dypere innlevelse i andre mennesker og en realisering av eget potensial (Jantzen & Vetner, 2006, s. 46 sitert i Pedersen, 2012, s. 139). Mentale spor og meningsfullhet etterlates i gjesten på dette nivået. Ofte har ledere i organisasjoner interesse av å skape transformative opplevelser, for å stimulere bedriftskulturen og ledere, men også lage produkter i håp om å skape endring (Duerden, et.al. 2019, s. 207). Endringene fører nemlig ofte til radikalt nye verdier og tro, og viktigst av alt, ny atferd. Sheldon (2020) viser til at vanlige egenskaper og verdier til et bevisstgjort menneske er blant annet; ærlighet, toleranse, vennlighet, ydmykhet og ansvar, og det oppstår et naturlig ønske om å bidra til velvære for andre levende vesener og miljøet, og mindre interesse for akkumulering av eiendeler og ytre bevis på suksess (s.3).

Duerden et.al. (2019) oppsummerer transformasjonsopplevelse i følgende definisjon:

En opplevelse der de objektive elementene engasjerer et individs oppmerksomhet og produserer subjektive reaksjoner som involverer sterke følelser, oppdagelsen av betydelig og personlig relevant innsikt og personlige endringer i verdier, tro, intensjoner eller selvoppfatning. Oftest er transformative opplevelser preget av iboende motiverte, varige endringer i selvoppfatning og atferd (s.209).

4.2. Opplevelsespyramiden

Evnen til å transformere vil avhenge av opplevelsens egenskaper. Tarssanen og Kylänen (2005) viser til elementer som autentisk, individualitet, kontrast, historie, flersanselige og interaksjon som viktig og av betydning i opplevelser (se fig.1).

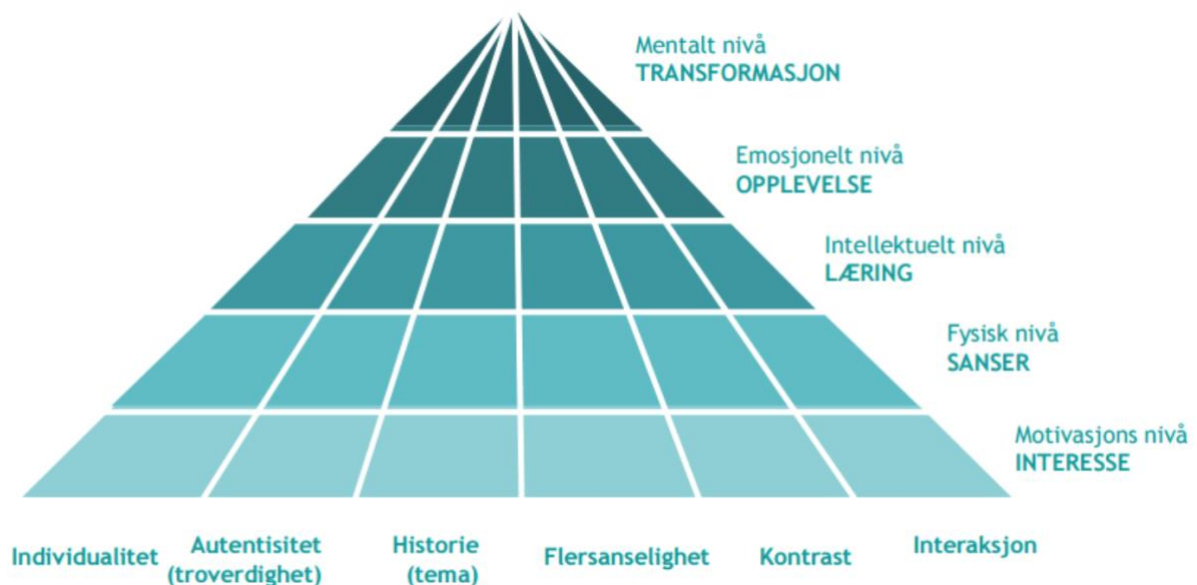


Fig.1 Opplevelsespyramiden (Sander, K. 2019).

De samme egenskapene hevder de også må ligge til grunn for å vekke interessen og motivasjonen hos gjesten før reisen og i selve markedsføringen av produktet. Det innebærer at man allerede i markedsførings fasen bør bruke så mange kriterier for meningsfullhet som mulig og vise hvordan opplevelsen er bygget på disse elementene. Det å motivere gjestene til å ønske seg disse verdiene i opplevelsen allerede før de kommer, fører til et bedre utgangspunkt for å skape en god opplevelse (Pedersen, 2012, s. 128). Videre ligger de samme elementene til grunn for å heve opplevelsesnivået fra interesse til det fysiske nivået, hvor sansene er dominerende og videre til det intellektuelle nivået som avgjør hvorvidt gjesten er fornøyd. På dette nivået gis gjesten mulighet for bevisst eller ubevisst å lære, oppdage eller utvikle ny kunnskap (Tarssanen & Kylänen, 2005). Er alle elementene i produktet tatt hensyn til så langt, og det fysiske og intellektuelle nivået oppleves ivaretatt, vil mest sannsynlig gjesten respondere med positive følelser. Disse følelsene, som en meningsfull opplevelse skaper, øker muligheten for at gjesten gjennomgår en endring både

på det fysiske nivå, i sin emosjonelle tilstand og endring i livsstil. I et slikt tilfelle har gjesten blitt transformert og nådd toppen av opplevelsespyramiden.

I neste avsnitt vil jeg se på elementer av betydning i en guidet naturbasert opplevelse og hvordan de kan legge til rette for transformasjon.

4.3. Elementer som legger til rette for fordypning og transformativ opplevelse i guidet naturbasert opplevelser.

Opplevelsespyramidens elementer i et produkt (Tarssanen & Kylänen, 2005) gir grunnlag for å vurdere og designe et meningsfullt produkt som evner å transformere gjestene. Den tar derimot ikke hensyn til guidens rolle og betydning og hans evner til å legge til rette for fordypning, i sin todimensjonale fremstilling. Men de mener modellen kan forstås tredimensjonal, der leverandørens synspunkt har effekt på de seks elementene (Tarssanen & Kylänen, 2005, s. 140). I denne delen vil modellen bli brukt som et utgangspunkt for å se på hvilke elementer som er av betydning for fordypning i en guidet naturbasert opplevelse og hva som kan legge til rette for å bevege gjesten til topps i pyramiden. Opplevelsespyramiden har ikke tatt i betraktning guidens relevans for opplevelsen, og i en situasjon der guiden er sentral, vil det være et naturlig element å trekke inn.

4.3.1. Naturens evne til fordypning og transformasjon

Autentisitet forteller oss hvor originalt, troverdig, ekte og genuint noe oppleves, og det finnes knapt noe annet enn naturens elementer som er så unikt. Naturens autentisitet er en kontrast til hverdagslivet og appellerer til det flersanselige, samt inviterer til refleksjon og dypere interaksjoner.

Mange mennesker lengter etter å komme tilbake til sitt eksistensiell autentiske selv i et intimt forhold til verden, en opplevelse som få mennesker har i dag (Reisinger, Y. 2013, s. 30). Potensialet for reiselivet er å gi mennesket den muligheten, til å nå sitt sanne potensial som menneske og mulighet for kontemplasjon og refleksjon om sin eksistens, og naturbaserte aktiviteter har mest sannsynlig det største potensialet for å skape slike "ta

pusten fra deg” opplevelser (Reisinger, Y. 2013, s. 29). Den ytre verden når inn til folk gjennom sansene, og de fysiske opplevelsene har direkte innvirkning på holdninger og atferd (Agapito et.al. 2014 sitert i Lv et.al. 2019, s. 1). Sansene er det som styrker menings-og verdiskapingen (Eide, 2020), og er det sentrale verktøyet i menneskekroppen for å samle informasjon, som deretter brukes som grunnlag for å forstå eller utvikle mening (Kim & Fesenmaier, 2017). Sansene er nøkkelen til våre følelser og kilden til atferd og langvarige minner. Meningsfulle opplevelser utløser da ofte et behov for refleksjon som bidrar til at de lærer noe om seg selv og tenker mindre på seg selv (Duerden, et.al, 2019, s. 205-206). Tolkningen av en opplevelse kan enten være rettet innover (eksistensiell transformasjon), som består i å endre mening med tilværelsen, eller utad (transformativ læring), der man oppnår endret syn på andre, miljøvennlig bevissthet og nye ferdigheter (Pung et.al. 2020, s. 9). Her har naturen verdier som gir rom for ettertanke og refleksjon (Hågvar, 2014). Stillhet, frihet, estetikk, mestringsfølelse og naturkreftenes spill er elementer som har betydning for kropp og sjel. Naturbaserte opplevelser kan gi en dypere mening med stor læringsverdi om bærekraftige løsninger (Reisinger, Y. 2013, s. 29). Det er her Reisinger (2013) mener turismens potensial for transformasjon av mennesket ligger, i å gi dem anledning til å kontemplere og reflektere over sin eksistens og deres autentiske eksistens (s. 31). Høyem (2020) viser til at refleksjon over forholdet mellom mennesker og natur er en forutsetning for miljøansvarlig atferd, og at friluftstiv alene ikke nødvendigvis fremmer refleksjon. Pung et.al. (2020, s. 9) viser til i sine studier at refleksjon under reisen er nødvendig og gjør det lettere å forstå bærekrafts spørsmål og utvikle miljøbevissthet. Veiledning gjennom f.eks. journalføring eller gruppesamtaler kan gi klarhet og få den reisende til å handle annerledes (Soulard et.al. 2019), og ved å kommunisere og dele med andre får opplevelsen mening (Bruner, 1986, s.5, sitert i Selstad, 2007, s.30).

Oppmerksomhet og refleksjon krever at det gis tid til det og reiser med sakte tempo gir mulighet for kontemplasjon, ettertanke og åpner for dype og nære samtaler. Mindfulness er grobunn for transformasjon, og er mest sannsynlig å finne på turer med lavere tempo (Sheldon, 2020, s. 8). Naturen gir mulighet for å komme seg bort fra dagliglivets tilrettelegging og skaper en frihetsfølelse der en blant annet kan oppnå meditative tilstander (Bischoff, 2015, s. 205). Turister som beveger seg sakte er også mer oppmerksomme, bevisste og respektfulle for omgivelsene sine, og har en tendens til å skape dypere og

sterkere forbindelser med mennesker (Holladay & Ponder, 2012 sitert i Sheldon, 2020, s. 8). Interaksjoner som stimulerer både følelser og det intellektuelle i mennesket, øker et produkts evne til transformasjon.

Langsomme reiser er også forbundet med enkle og autentiske opplevelser, og mennesker som er miljøbevisste søker oftere enkelhet og reisevalg som reduserer miljøpåvirkning og karbontrykk (Sheldon, 2020, s. 8). I økopsykologien hevdes det at gjennom gode naturopplevelser gror omsorgen for naturen naturlig frem (Hverven, 2018 s. 135).

4.3.2. Turistboblens egenskaper gjør det enklere å oppnå fordypning

En kontekst som er enklavisert, trygg og tematisert, der en «mister» begrepet om tid og sin egen selvbevissthet, gjør det enklere å oppnå fordypning (Carù & Cova, 2007 sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 261). De spesifikke grensene i enklaven frigjør gjesten til å gå utenfor sitt daglige liv og inn i en ny sosial verden, der hun kan legge bort bekymringer og problemer. Også benevnt som en turistboble (Smith, 1978, sitert i Hansen & Mossberg, 2013, s. 215) som gir sikkerhet og beskyttelse for fare på et fremmed sted, og er essensielt for fordypning (Gyimóthy & Mykletun, 2004, sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 262). Det lille samfunnets tema eller story skaper identitet og tilhørighet og gir muligheter for å knytte relasjoner og fordype seg i opplevelsen. En blir sosialisert inn i en gruppe hvor ens individuelle behov blir akseptert og forstått, som også kan være en kontrast fra det «uniformerte» hverdagslivet. En risiko som er håndterbar for gjesten, gjør at hun føler seg fri til å ta noe risiko og engasjere seg og lettere også oppleve mestring og fordypelse. Å være oppslukt eller fordypet er «følelsen av å være fullstendig absorbert, overgitt til eller konsumert av en aktivitet, til det punktet at man glemmer seg selv og sine omgivelser» (Mainemelis, 2001, sitert i Blumenthal & Jensen, 2019, s. 159). Det har blitt beskrevet som den dypeste formen for involvering (Brown & Cairns, 2004 sitert i Blumenthal & Jensen, 2019, s. 160) og som en prosess med å få tilgang til det dypeste nivået av en opplevelse (Carù & Cova, 2007 sitert i Blumenthal & Jensen, 2019, s. 160). Det at enklaven har en klar begynnelse og stopp er også en tydelig kontrast til dagliglivet (Richards & Wilson, 2006, sitert i Hansen & Mossberg, 2013, s. 215), noe som gir rom for å fordype seg i øyeblikket (Hansen & Mossberg, 2013, sitert i Pedersen, 2015, s. 58).

Guiden som samhandler med gjestene er sentral i prosessen med å skape trygge rammer i turistboblen (Jonasson & Scherle, 2012 sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 262). Spesielt på reiser som varer i flere dager er guiden av betydning (Arnould & Price, 1993 sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 262).

4.3.3. Guidens betydning for transformasjonsprosessen i turistboblen

I naturbasert reiseliv er gjestens deltakelse i og forhold til naturen essensielt og i aktivitetsbasert opplevelse er guiden og interaksjonen med personellet av betydning (Arnold & Price, 1993 sitert i Hansen & Mossberg, 2013, s. 219). Forskning på villmarks ekspedisjoner, hundesledeturer og hesteridning viser guidens betydning under slike opplevelser (Hansen & Mossberg, 2016). En guide-pluss rolle fokuserer på hver enkeltes involverings- og meningsskapende prosess og det sentrale er guidens evner som historieforteller, sosial formidler og instruktør (Hansen & Mossberg, 2016, s. 1). Guidens fortellerevne inkluderer både verbal (entusiasme og lidenskap, fakta og underholdning) (Bryon, 2012 sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 262), og ikke-verbal kommunikasjon (øyekontakt, klær og bevegelser) (Larsen & Meged, 2013, sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 262). Sheldon (2020, s. 6) viser også til ansattes grad av utviklede kommunikasjons- og livsferdigheter, og det at de selv har opplevd en viss grad av endringer i livet, kan også inspirere til endring hos turisten. På den måten kan de forholde seg personlig til turisten og legge til rette for den transformative opplevelsen.

En annen viktig rolle for guider for å legge til rette for fordypning, er sosial mediering og tilrettelegging for sosiale interaksjoner i gruppen og blant gruppemedlemmer (Hansen & Mossberg, 2016, s. 263). Björk et.al (2020) fant også at interaksjon mellom aktører og hendelser i sanntid er en viktig komponent i opplevelsesbasert forbruk. Den emosjonelle tilknytningen skjer gjennom aktiv deltakelse og interaksjon, der guidene oppfattes som venner og en følelse av "communitas" utvikler seg mellom deltakere og ansatte (Arnould & Price, 1993 sitert i Campos et.al. 2016, s. 1329). Samskapingen styrker følelsen av autentisitet (Wang, 1999 sitert i Pedersen, 2012, s. 74).

Sosiale ferdigheter er spesielt viktige for kvaliteten på samhandlingen (Curtin, 2010, sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 263). En guide innehar også en veilederrolle og veilederens betydning er stor i dannelsen av gruppen. Rollen som guide betinger god veiledningskompetanse, der en vet å ta i bruk ulike metoder i forskjellige situasjoner. Den induktive metoden baserer seg på at gjestene gis anledning til å bruke egne erfaringer for å handle og søke etter egne løsninger (Bentsen et al., 2009, s. 130), som kan sammenlignes med Faarlunds begrep «fomle og famle», der de gis anledning til å oppdage og erfare selv (Lund & Henriksen, 2019, s. 85). Oppdagelse gjennom erfaring er også noe Duerden et al. (2019) fremhever av betydning for en meningsfull opplevelse. Det å angi tonen i gruppen ved å signalisere sin egen trygghet og sikkerhet som leder er viktig, handle forbilledlig, være åpen for deltagerens interesser, hensikter, væremåter, la tingene utvikle seg gradvis, la gruppen lære i møte med gode situasjoner som fordrer samspill og felles løsninger og etablere gode rutiner (Tordsson, 2014, s. 182-186). En god guide krever kompetanse innenfor den aktuelle gren av friluftslivet, et repertoar av personlige mønstre, knep og handlemåter for å skape gode situasjoner og få det til å gli og fungere i forhold til gruppen som ledes (Tordsson, 2014, s. 259). Det å ha en kontekstavhengig forståelse, en situasjonsfornemmelse, gjør at veilederen vet å utnytte gitte situasjoner til god læring for deltakerne. En dyktig veileder har oppmerksomheten rettet mot oppgaven, situasjonen, gruppen og individet (Tordsson, 2014, s. 278-280). Den relasjonelle kompetansen har betydning for kundeopplevelsen, og Spurkeland (2020) fremhever følgende dimensjoner av betydning; menneskeinteresse, tillit, dialog individ, tilbakemelding, dialog gruppe, relasjonsbygging, synlighet, utvikling, kreativitet, konflikthåndtering, emosjonell modenhet, humor, prestasjonshjelp og resultatorientering.

Et tredje nøkkelaspekt er guidens rolle som instruktør, som legger til rette for turistinteraksjon med en aktivitet og dens objekter (Hansen & Mossberg, 2016, s. 263). Veilederen forventes å være ekspert på aktiviteten, og veilederens undervisningsevne er viktig for å gjøre enkeltpersoner med ulike ferdigheter i stand til å delta og forhindre at de ikke blir fordypet i andre aspekter av opplevelsen. Det å legge til rette for besøkendes læring, glede og meningsfullhet gjennom oppmerksomt nærvær fra guiden og holde gjestens interesse og mestringfølelse vedlike under oppholdet, er også sterke bidrag til å vekke og opprettholde nye interesser slik at de fortsetter å forfølge dem selv når de kommer hjem

(Dahl, T.I., 2014).

Naturen, turistboblen og guiden er elementer som peker seg ut som sentrale ved fordykning i en naturbasert opplevelse og vil bli sett nærmere på i analysen av Seil Tavaha.

5. Metode

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for fremgangsmåten jeg har valgt å benytte for å belyse problemstillingen. Begrunnelse for valg av undersøkelsesdesign, valg av informanter, gjennomføring av undersøkelse og analysestrategi vil bli presentert i de neste delkapitlene.

5.1. Valg av undersøkelsesdesign

I denne undersøkelsen har jeg valgt å benytte et kvalitativt design (Oppen, et.al. 2020, s.342.) med semistrukturerte intervju (Oppen, et.al. 2020, s. 350, da jeg ønsker få innsikt og forståelse for den problemstillingen jeg har valgt. Gjennom kvalitative undersøkelser kan man oppnå forståelse og kunne forklare sosiale fenomener i nær kontakt med det som skal studeres (Thagaard, 2013; Silverman, 2005, sitert i Oppen et.al. 2020, s. 342). Kvalitativ metode og intervju gir meg mulighet til å få dybdekunnskap og forståelse av opplevelsen, og kan gjør meg i stand til å se hvilke kvaliteter ved en slik opplevelse som kan bidra til bærekraftig livsstil.

5.2. Den kvalitative intervjumetoden

Kvalitative data representerer en mulighet for nærhet til datakildene, som kvantitative metoder i mindre grad gir rom for. Hensikten er å få en dypere og helhetlig forståelse av opplevelsen gjestene har hatt, og hvordan opplevelsen tolkes av gjestene. Det gir meg mulighet for å høre, se og tolke hva informanten legger vekt på, samt fange opp signaler som ikke uttales. Gjennom et intervju gis både jeg og informanten også mulighet for

oppfølgingsspørsmål. Den teoretiske forståelsen er viktig da den virker styrende på hvilke spørsmålsstillinger som velges ut og styrende på rammen for samtalen, men en åpenhet i samtalen gir rom for nye innspill som jeg som forsker ikke har fanget opp på forhånd.

5.3. Valg av case, utvalg av informanter og gjennomføring

Målet med denne studien var å undersøke hvilke elementer som bidrar til endrede holdninger og handlinger i forhold til en mer bærekraftig livsstil og det var viktig å identifisere en case som hadde potensial til å legge til rette for oppslukende og fordypende opplevelser.

En gjennomgang av tidligere forskning på opplevelser, fordypning og transformasjon i reiselivssammenheng, gjorde meg i stand til å utforme en intervjuguide, som kunne fange opp de kriteriene som tilrettelegger for transformasjon. En gjennomarbeidet intervjuguide er av betydning for validiteten av undersøkelsen, slik at den måler det jeg ønsker å måle og er gyldig i forhold til den aktuelle problemstillingen (Busch, 2021, s. 61). Intervjuguidens presisjon vil avhenge av min kjennskap til temaet som skal undersøkes, og vil være avhengig av både tiden til å utarbeide guiden og interessen til å fordype seg i emnet. Med bedre tid kunne presisjonen kanskje vært bedre.

Arbeidsmengde og tidsspørsmål var avgjørende for antallet informanter og valg av metode. For å ivareta personvernet, ble første forespørsel om deltakelse sendt ut til gjestene i regi Seil Norge av skipperen på Seil Tavaha turene. I denne e-posten ble de informert om formålet med undersøkelsen og min kontaktinformasjon ble oppgitt. Jeg sendte e-post til de som meldte sin interesse, med informasjon om formålet med forskningsprosjektet, personvern, og et samtykkeskjema (vedlegg 1). En svakhet ved denne fremgangsmåten, er at jeg kan risikere å få kun de deltakerne som har hatt en positiv erfaring. Det å formidle negative opplevelser som skal analyseres i en oppgave med få deltakere, kan oppfattes noe ukomfortabelt for mange. Jeg har heller ikke kontroll med hvem forespørselen i første omgang er sendt ut til, og hvilken relasjon de har til skipper. Det må også tas i betraktning at mine holdninger, erfaringer og forventninger også kan påvirke og farge intervjuet, tolkningene og analysen. Selv om objektivitet tilstrebes, er det ikke mulig å unngå dette og kan også være vanskelig å oppdage selv. Interaksjonen mellom intervjuobjektet og meg kan

også påvirke utfallet, da en balansert innlevelse og distansering fra meg underveis i intervjuet er nødvendig for å få respondenten til å slappe av og reflektere tilbake i tid. I et delvis strukturert intervju med åpne spørsmål, der objektet gis rom for å fortelle, vil det kunne skje at jeg må supplere med flere spørsmål for å grave litt dypere, og de vil kunne variere ut fra objektets evne til å fortelle, men også noen språkbarrierer i dette tilfellet. Dette kan skape usikkerhet og påvirke hvordan og hva de svarer. Reliabiliteten i en undersøkelse forteller hvor pålitelig den er (Busch, 2021, s. 61). Den reelle opplevelsen til disse deltakerne er forsøkt fremkalt gjennom objektive intervju og gjengitt i direkte sitater i analysen. Og egne holdninger og erfaringer er også tilstrebet holdt objektivt i tolkningen og analysen.

Et intervjuobjekt hadde en indirekte relasjon til guiden. Hennes sønn er kamerat av guiden. Dette kan selvsagt påvirke de svarene hun gir og gi mindre tillit til det hun sier. Ellers kjenner jeg ikke til om de andre intervjuobjektene har noen relasjonelle tilknytninger til guide og selskapet. Det ville være vanskelig å bedømme eller utelate kandidater som har tilknytning til selskap eller guide, men det kunne styrket undersøkelsen ved å få med flere kandidater. Hadde jeg kunnet velge kandidater tilfeldig, kan det styrke reliabiliteten til undersøkelsen. Under intervjuene var jeg våken på denne problematikken, og stilte så åpne spørsmål som mulig for å fange opp signaler rundt dette.

Det ble foretatt delvis strukturerte intervju av 4 kvinnelige gjester som deltok på Seil Tavaha, hvor to av dem deltok i 2019, en i 2020 og den siste i 2021. Alle var høyt utdannet og var i alderen 40 til 60 år. Tre av de er bosatt i Norge, hvorav en er opprinnelig dansk. Den fjerde var fra Latvia. To reiste alene, en hadde med sin 15 årige sønn og en reiste med sin mann.

Intervjuobjektene vil i analysen refereres til på følgende måte:

K1: Kvinne, 55 år som reiste med 15 årig sønn, opprinnelig dansk, bosatt i Norge

K2: Kvinne ca. 50 år som reiste med ektemann, norsk og bosatt i Norge

K3: Kvinne, 55 år som reiste alene, norsk og bosatt i Norge

K4: Kvinne, 41 år, som reiste alene, fra Latvia, bosatt i Latvia

Guidene blir omtalt som følger:

M1: Skipper, guide og eierskap til konseptet

M2: Guide og fagkompetanse fra Nordic Ocean Watch

Når utvalget er lite og består av kun kvinner i alderen 40-55, der alle er miljøbevisste, betyr det at resultatene ikke nødvendigvis reflekterer virkeligheten. Dette kan begrense anvendbarheten av forskningen. Skjevheten kunne vært unngått med større og bredere utvalg, men når deltakelsen er frivillig basert, gir det mindre muligheter for et utvalg som ivaretar en bred sammensetning.

Intervjuguiden (vedlegg 2) ble utformet med en kort innledning der intervjuobjektet fikk anledning til å si litt om seg selv, litt om turen, sin erfaring med seiling, sitt kjennskap til Tavha. Den ble så inndelt i "før", "underveis" og "etter". "Før" skulle avdekke motivasjon og beslutning, "underveis" skulle forsøke å få frem hvordan turen hadde vært og hvilke elementer som bidro til den opplevelsen. "Etter" hadde som hensikt å få innsikt i hva opplevelsene har medført av endringer i deres liv. Det ble lagt opp til et delvis strukturert intervju, og det varierte hvordan spørsmålene ble stilt i henhold til den planlagte intervjuguiden. Til slutt ble de spurt konkret om de hadde gjort noen endringer i forhold til en bærekraftig livsstil. Dette ble bevisst lagt helt til slutt, for å unngå at de øvrige svarene ble farget av dette.

Intervjuene ble foretatt på Zoom, for å ivareta smittesituasjon og redusere tid og kostnader. Det ble gjort lydopptak av intervjuene, noe deltakerne ble gjort oppmerksom på.

5.4. Analysestrategi

Lydopptakene ble transkribert og opptakene av intervjuene ble gjennomgått og lyttet til flere ganger for å få med nyanser i hvordan ting ble sagt, detaljer som kunne ha betydning for analysen og tolkningen. Ulike forsknings artikler rundt problemstillingen ble studert flere ganger også i denne prosessen. Utgangspunkt for temaet i oppgaven, intervjuguiden og selve intervjuet var opplevelsespyramiden til Tarssanen & Kylänen (2005). Modellen ble brukt som grunnlag for analysearbeidet og i denne prosessen utkrystalliserte det seg tre dimensjoner av betydning for opplevelsen. Med bakgrunn i dette ble den tre dimensjonale modellen (Tarssanen & Kylänen, 2005, s. 140) naturlig å utvide med, da guiden kom inn som en ekstra

dimensjon i opplevelsen her. Det ble naturlig å se på hvilke kvaliteter og elementer guiden bidro med i opplevelsen.

5.5. Svakheter ved undersøkelsen

En transformasjonsprosess krever ofte tid til selvevaluering. Under et intervju kan det være vanskelig å reflektere over dype og store endringer, fordi tiden til rådighet er kort.

Hukommelsen trenger ofte litt tid dersom man ikke tidligere har reflektert over det det spørres om. I et spørreskjema vil ikke tiden vært en begrensende faktor, og i en kombinasjon med intervju ville en kanskje fått mer utdypende og gjennomtenkte refleksjoner rundt endringer som ble gjort i etterkant.

Det at intervjuene foregikk via Zoom, kan bidra til at man ikke får fanget opp kroppsspråk og andre nyanser under intervjuet. Alt faller ikke like naturlig når en sitter foran en skjerm, som når en kan uttrykke seg med kroppsspråket også. Gestikulering, mimikk mm. kan det bli mindre av og det kan svekke inntrykket og meningen av det som blir sagt.

6. Resultat og analyse av intervju

I denne delen vil jeg forsøke å belyse problemstillingen med analyse av funnene fra intervjuene basert på teorigelens fundament og forskningen på området. Først vil jeg se på hva som motiverte deltakerne og hvilke elementer som de pekte på som sentrale for sitt valg av den aktuelle reisen. Det vil være naturlig å starte med motivasjonen som er første trinn i opplevelsensnivået mot en transformasjon. Videre vil jeg se på hva som peker seg ut til å være de dominerende elementene i selve opplevelsen og som legger grunnlaget for transformasjon, for å analysere deres betydning for fordykning og transformasjon. Til slutt vil jeg se på konseptets transformasjonskraft i forhold til mer bærekraftige holdninger og handlinger.

6.1. Hva motiverte deltakerne til å delta på Seil Tavaha?

Motivasjon er en sentral del av det å nå et transformativt nivå i opplevelsespyramiden.

Tarssanen & Kylänen (2005) hevder at alle seks elementene i opplevelsen må presenteres i alle stadiene i opplevelsesproduktet, både i markedsføringen, i gjennomføringen og i etterkant (s. 140). Det å vekke gjestens interesse gjennom markedsføring og opprettholde den gjennom hele opplevelsen, er viktig for en transformasjon. Dette var også bakgrunnen for intervjuguidens inndeling i «før» for å undersøke hva som motiverte til deltakelse på Seil Tavaha. I denne delen vil jeg se om markedsføringen av produktet er årsaken til valg av denne turen og hvilke elementer i produktet som motiverte dem til dette valget.

For noen var det selve seiling som var viktigste motivasjon. «Grunnen til at jeg dro på tur er jeg elsker å seile, jeg er dansk så har seilt mye i min ungdom og jeg hadde lyst på en seiltur» (K1). Hennes primære motivasjon var seiling, som ser ut til ha bakgrunn i hennes oppvekst med seiling. Hun ønsket å kose seg og få mulighet til å dyrke sin lidenskap. «Og det ville jeg, så tenkte jeg, det er jo gøy jeg, men samtidig har jeg lyst til å ha et mål med turen. Skal ha et eller annet poeng med turen altså så fant jeg den strandryddeturen» (K1). Ettersom det var første gang sønnen seilte, var det også viktig å ha et mål og mening med turen, og det kan se ut til at det var det som var avgjørende for at det endelige valget falt på Seil Tavaha. «Når man deler noe man brenner for, opplevelse som jeg har hatt som ungdom, som var helt fantastiske og han i tillegg da digger det, synes det er helt suverent» (K1). Motivasjonen ser ut til å få en ekstra dimensjon og styrke når hun får anledning til å dele sin lidenskap med sønnen. Hun går inn i opplevelsen med en større forventning og det knytter seg tydeligvis mange gode følelser til det. «De har en veldig, synes jeg da, tiltalende hjemmeside, som er overskuelig, de har gjort alt riktig der i og for seg» (K1). Hun var tydelig på at markedsføringen av Seil Tavaha var avgjørende for hennes endelige valg. Den tilfredsstilte alle hennes krav til en tur, med seiling, prisen, selve naturopplevelse og en meningsfull tur som kunne deles med sønnen.

K3 ble oppfordret til å delta på denne turen av skipperen, som er venn med hennes sønn. Hun var først tvilende, da hun antok at deltakerne var ungdommer på sønnens alder, men ble fortalt at det stort sett var voksne mennesker med. Hun ble spesielt begeistret over den skrevne inngangen på nettsiden, om at «reisen starter når du går ut av døra» (K3). Hun har

vokst opp på Dovre og hadde ingen erfaring med seiling og hadde heller ikke noen plan for å dra på seiltur. «Vi skulle jo starte i Bodø, men at man liksom kunne bruke det både reise miljøvennlig, men også på en måte bruke det som en sånn forberedelse» (K3). Den «grønne tråden» i form av en sakte og miljøvennlig reise og hvordan konseptet som helhet ble presentert på nettet, ser ut til å være avgjørende for hennes valg.

K2 hadde deltatt på en tur i regi av Hvitserk tidligere, og fant Seil Tavaha turen gjennom deres aktivitetskalender. Hun hadde ikke hørt om Seil Norge før og visste ikke at de hadde en egen kalender med flere aktivitetsturer før hun var ombord på båten. Hun hadde ikke fanget opp at Seil Tavaha var i regi Seil Norge. «Ja jeg liker jo aktiv ferie og liker felles turer» (K2). Hun utrykte spesielt en fascinasjon over å kunne få oppleve Helgelandskysten og det ble trukket frem som betydningsfullt under valg av denne turen. «Også det med at en fikk kom på land da, på så mange plasser og pluss og selvfølgelig at strandrydding, som jeg synes er veldig viktig i seg selv» (K2). Naturen, muligheten for å være aktiv og sosial, samt det meningsfulle temaet virker å være avgjørende for hennes valg.

K4 hadde deltatt på reise med Seil Norge tidligere, til Grønland. «Jeg fikk kjennskap til denne reisen fordi jeg står på mailliste til Seil Norge» (K4). Hun hadde ikke sjekket noe på forhånd før hun reiste på Seil Tavaha, da hun antok den var godt organisert. Her kan det synes som hennes tidligere erfaring med Seil Norges produkter har vært god og valget for å delta ser ut til å være preget av det. «Ja jeg er definitivt med, jeg har ikke noe imot å jobbe i ferien min på en hyggelig båt, og jeg så virkelig frem til å være med på deres båt igjen» (K4). Mulighet for interaksjon med andre og det sosiale livet i en turistboble, som her i en båt, virker å tiltrekke henne. Om hun så må jobbe i ferien sin gjør hun gjerne det, bare hun får ha det hyggelig med trivelige mennesker

Motivasjonen for å delta var noe forskjellig, men det endelige valget ble avgjort av hvordan turen ble presentert. Seil Tavaha gjør det mulig for gjesten å danne seg mentale bilder og etablere feriefølelsen allerede før de har reist. I en detaljrik beskrivelse og fortelling med ord og bilder, appelleres det til det sansemessige, det autentiske i naturen og det meningsfulle oppdraget i selve temaet Tavaha. Samtidig viser markedsføringen at de også tilrettelegger for individuelle behov i det sosiale fellesskapet. Flere av opplevelsespyramidens elementer (Tarssanen & Kylänen, 2005) er gjennomgående i markedsføringen, og har ført til at

intervjuobjektene ønsker å delta og også valgte denne turen. Lykkes man å vekke interessen allerede her, har man lagt et godt grunnlag for transformasjon (Pedersen, 2012, s. 128)

Alle understreket det meningsfulle med selve strandryddingen. Hvorvidt det var farget av undersøkelsens introduksjon er ikke godt å vite, så det er noe som kan redusere validiteten til svarene. Det som styrker tiltroen til deres svar er at de faktisk har valgt en ferie, der de skal jobbe og bidra og få økt kunnskap om marin forsøpling, sammen andre med felles interesse. Det hadde muligens ikke vært like naturlig og tiltrekkes og delta på en slik tur, dersom interessefeltet hadde vært i en annen kategori. K1 sa uttrykkelig at hun ikke ville valgt hverken topptur eller skitur kombinert med seiling.

6.2. Hvilke elementer bidrar til fordypning og transformasjon under Seil Tavaha opplevelsen?

6.2.1. Det autentiske i naturopplevelsen stimulerer flere sanser og legger til rette for refleksjon, og forsterker opplevelsen og følelsene positivt.

Alle har spesielt fremhevet den fantastiske naturen på Helgeland, med de små øyene og holmene og det klare vannet. Til tross for at noen også opplevde skikkelig dårlig vær, som medførte både bløte og kalde deltakere, lot ikke dette til å ha redusert kvaliteten på selve opplevelsen og heller ikke ønsket om å gjenta en slik tur. «Det var masse dårlig vær, men det gjorde ingenting» (K1). Her trakk faktisk K1 frem det dårlige været i en situasjon der hun observerte sin sønn, hvor han ikke lot seg merke av hverken kulde eller regn. Hans trivsel og mestring overskygget alt, og hennes glede over denne observasjonen overskygget også det dårlige været.

Det estetiske i naturen gjorde inntrykk på K3. Gjennom alle synsinntrykkene og det fysiske friske og kalde.

Er jo glad i blå himmel og er så utrolig glad i alle horisonter og utsikt og det får du i rikt monn. Og så er jeg fascinert i sjø, selv om jeg er veldig lite vant med det. Og så er det jo så vakkert der, for det er så fine steder, hvite strender, så ser du fjellene på land, så får du den derre ... horisonten, vakre små knauser og små strender, små eventyr bare du kommer deg på land. Sånn er det hele veien på Helgelandkysten, det er jo så vakkert der. Alle øyene er jo så vakre der. Selv om det ikke er så varmt i vannet som i Syden, så er det er mye bedre, friskere og flottere. Det er sjukt vakkert,

rett og slett (K3).

Hun understreker flere ganger hvor vakkert det er og en kan fornemme at hun, som opprinnelig ikke var vant med sjø, hadde en slags «ta pusten fra deg» opplevelse (Reisinger, Y, 2013, s. 29). Hennes uttalelser kan tyde på at opplevelsen har lagt til rette for refleksjon over den flotte naturen. Sansene får tid nok og mulighet til å nå inn til følelser og gi kroppslige erfaringer, noe som har direkte innvirkning på holdninger og atferd (Agapito et.al. 2014 sitert i Lv et. al. 2019, s. 1). Den sakte reisen gir nok tid til å nyte og fordøye alle inntrykk (Sheldon, 2020, s. 8).

Alle «synsinntrykkene» og hvor «fortapt» K2 ble over naturen og Helgelandskysten spesielt, betød tydeligvis en del for henne. «Så er det jo bare knallvær og ja, omgivelsene, ja, helt fantastisk «(K2). Hun hadde lenge ønsket seg en reise hit og naturen gir henne mulighet for sterke sanseopplevelser. «Men for meg var det helt klart naturen og det som kom inn gjennom øynene som sitter igjen sterkest, og var jo bare å sluke» (K2). Også den fysiske sansen oppleves gjennom mestringsfølelsen i seilingen, i naturkreftene og i den kontrastfylte strandryddingen.

Eide (2020) trekker også frem sansene av betydning for å skape meningsfulle opplevelser, da de er veien inn til følelser og er kilden til langvarige minner og atferd (Kim & Fesenmaier, 2015). K2's interesse for å være aktiv i naturen, gjennom strandhogg og toppturer, viser at hennes forventning om være fysisk aktiv på turen ble innfridd. Kreftene som tar tak i båten, krever full oppmerksomhet og fokus, og andre tanker må vike. Samtidig vil en stille seilas, der lyden av vinden trøtner hodet og tankene, gi rom for en «hvile» som åpner for ettertanke. To ulike opplevelser som begge legger grunnlag for både eksistensiell transformasjon og transformativ læring (Pung et.al. 2020, s. 9).

Her er alt ekte, naturlig og så autentisk man kan få det. Det sceniske her er ikke «iscenesatt». Kystopplevelse med seiling kan en få flere steder, så sånn sett er ikke dette unikt. Det unike for deltakerne er faktisk det å få oppleve akkurat dette på Helgelandskysten. Både naturen, selve båtlivet og strandryddingen gir her gjestene mulighet for å bruke alle sine sanser. Midnattssola som preger himmelen i fantastiske farger. Hvite tinder og uendelig med hav så langt du kan se. Salt sjøsprøyt og frisk sjøluft på dekk med vind i seilene, som gjør det umulig å høre annet enn naturen. Her er råvaren naturen og det tøffe været, og det forsterker

opplevelsen positivt og gir sterke inntrykk. Været kan ofte være avgjørende for om en opplevelse blir bra, men her ser det ut til at det dårlige været faktisk ikke hadde negativ betydning for disse gjestene. Det kalde, våte og delvis vinterlige været som var på noen av turene, ble omtalt i positive ordelag. «Dritt vær» (K1) ble humoristisk omtalt og var noe som ikke skapte dårlige minner om opplevelsen nå i ettertid i iallfall. Minnet vårt har en unik evne til å tone ned negative minner over tid, så det er vanskelig å si om den samme følelsen ville blitt omtalt slik der og da. Men været ble brukt til å «støtte» opp om den øvrige opplevelsen, som kan tolkes som: «du kan jo bare forestille deg hvor utrolig bra jeg syntes hele turen var, selv om været var «dritt».

I selve naturopplevelsen stimuleres flere sanser hos deltakerne. Dette kommer til uttrykk i positive beskrivelser av naturen, og også gjennom de positive følelsene som oppstår tross kulde og regn. Sansene stimuleres også i den kontrastfylte strandryddingen. Berøring av plasten, lukten av natur og forsøpling, vakker natur i skarp kontrast til forsøplede strender, lyden av plast og ikke tørr tang som knaser under støvelen. Gjestenes involvering øker inntrykkene, samtidig som det øker grunnlaget for å utvikle forståelse og mening i opplevelsen, men også styrker forståelsen for behovet for en mer bærekraftig livsstil. Hadde derimot guiden unngått den fysiske strandryddingen og kun informert om problematikken, ville det kunne redusert sanseintrykkene og også opplevelsen. Naturopplevelsen her har elementer som er autentisk, kontrastfylt og flersanselige, samt gir mulighet for å reflektere alene om en vil, eller sosialisere med de andre etter behov (Tarssanen & Kylänen, 2005).

6.2.2. Turistboblens egenskaper gir mulighet for fordypning

Turistboblens tre karakteristiske kjennetegn er at den er enklavisert, tematisert og trygg. En enklave kan ses på som et opplevelseslandskap (Mossberg, 2007 sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 260) som involverer mennesker som skal nyte og underholdes (O'dell, 2005 sitert i Hansen & Mossberg, 2016, s. 260). I denne delen skal jeg se på hva som karakteriserer denne turistboblen og hvilke elementer som bidrar til en trygg og tematisert enklave.

Seil Tavaha, en avgrenset turistboble med mulighet for fordypelse

Båten og havet er den fysiske «grensen» og opplevelseslandskapet i denne enklaven og er det som skiller de fra resten av verden. Gjestene «tvinges» til å dele alt, og en byr på seg selv en ukes tid, med de opp og ned turer det kan være, med sjøsyke og sårbare sider, til «syke historier» til alles glede. Gjesten er en del av opplevelsen med sin «ekthet» også.

Trangboddhet, små lugarer, tynne madrasser og enkel standard ville i en annen sammenheng trukket ned verdien på opplevelsen, men her heller tvert imot. Og måltidene har ingen fancy titler og ingredienser. Opplevelsesrommets fysiske kvaliteter (Pedersen, 2012) med sine begrensinger, ser ikke ut til å legge noen demper på resultatet.

K1's opplevelse av turistboblen ser ut til å ha hatt 100 prosent effekt på avkobling. Hun «dro ut kontakten» og koblet ut hverdagslivets stress og mas.

Det som jeg opplevde mest, som ga meg mest, som jøss går det an, var det å sove på en 5 cm tykk skummadrass på en 2,5 kvm lugar sammen sønnen sin og sove bedre enn du sover hjemme, fordi alt er koblet fra, alt ansvar er tatt fra dine skuldre, alt det eneste du skulle gjøre var å fylle båten med mat når vi kom, også så skulle vi lage til mat en eller to ganger i matgrupperhadde ikke nakkeplager, ikke hodepine, ingenting, jeg var bare borte. Jeg dro ut kontakten jeg. Det var full unplugged, tenkte ikke på de hjemme overhodet, ikke et sekund (K1).

K1 kunne legge bort alle bekymringer om helse og hverdagslogistikk. Det ble ikke stilt oppfølgings spørsmål til om hun hadde den egenskapen til å slappe av også i andre situasjoner, men hun understreket flere ganger under intervjuet, også her, at dette var guidens ære. Dette støtter også opp om at opplevelser i et liminalt rom, der man kan legge fra seg dagliglivets bekymringer og sin egen helse, gir rom for å bli fordypet (Lindeberg & Østgaard, 2015; Carú & Cova, 2007, Hansen & Mossberg, 2013). Det å være borte fra sitt kjente hjemmemiljø og rutiner, der en inntar en ny rolle, gir frihet fra kulturelle og familiære forventninger og gir mulighet for selvopdagelse og endring (Brown, 2009).

K3 karakteriserer felleskapet som en øde øy, et godt bilde på hva som kreves av de som er med. På en øde øy må man samarbeide skal man overleve. Hun fremstiller det som noe positivt, en dugnad der alle bretter opp armene og bidrar til alles beste. «Vi skal fikse, vi som skal fikse det sammen» (K3).

Alle vet hva alle gjør til enhver tid (Ier). Det er sjarmerende, jeg liker det, jeg synes, det er en prosess med å være en sånn gruppe på tur. Jeg tror det, jeg tror det er bare positivt, for jeg tror at når du melder deg på en sånn tur så vet, så tror jeg i hodet ditt

at du er, de aller fleste på en måte skjønner at her er vi. Vi er på en måte litt på en øde øy (K3).

Det gir henne energi og hun synes det er gøy å være sammen en slik gjeng. Hvorvidt andre med et helt annet utgangspunkt ville opplevd det på denne måten, er vanskelig å si mye om. Har du forventinger om høyere standard, mer alenetid eller har blitt med uten eget ønske, kan det tenkes at transformasjonen kan ta lengre tid eller ikke skjer i det hele tatt. Det ville kanskje kreve ytterligere involvering av guiden i form av megling og tilrettelegging. Hun gir et godt bilde på turistboblens viktige elementer, et «samfunn» som sammen er i stand til å koble seg fra hverdagen og føler seg trygg nok med de andre til å kunne fordype seg i opplevelsen (Hansen & Mossberg, 2013).

Endringsvillige gjester bidrar til trygge sosiale interaksjoner i turistboblen.

I undersøkelsen over hva som motiverte gjestene, kom det frem at dette er gjester som allerede kjenner til utfordringer omkring miljø og bærekraft. De går inn i opplevelsen med innstillinger som kjennetegner personer som har vært gjennom en form for endring. Alle fremstår som godt rustet til å håndtere hverandres personligheter, behov og særegenheter. Humor, historiefortelling, fellesskap, det å dele på oppgaver og matlaging, samtaler og refleksjoner dem imellom, ble trukket frem som verdifulle kvaliteter ved samhandlingen. «Det var helt fantastisk opplevelse for oss begge to, så absolutt ingenting å utsette på det, med masse kule mennesker, masse forskjellige mennesker» (K1). Hun kjente på en glede over at sønnen likte opplevelsen og ble så integrert, selv om alle var mye eldre enn han. Hun så han koste seg sammen de andre, «plukket plast med en kul fyr, en fotograf» (K1). K1 kjente på en glede over at sønnen likte opplevelsen og ble så integrert, selv om alle var mye eldre enn han. «De var mye yngre enn oss, eller meg, og var klar for fest og litt drikking og sånn og jeg bare nei, nei, han er dansk. Han tåler det (ler)» (K1). Hun kunne se at han var fascinert av alle de «syke fortellingene de andre hadde på kveldstid rundt bordet» (K1). Som mor betød det mye for henne at hun kunne senke skuldrene og bare være med og det toppet alt å se hvor godt han likte seg. Hun mente at hans sosiale trygghet hadde vokst i løpet av den turen og hadde lært mye om hvordan det er å være voksen ungdom. Den omsorgen de andre voksne ungdommene viste for å inkludere sønnen, viser en modenhet for å ivareta andre og bidra til det sosiale miljøet ombord. For henne var det ganske

avgjørende at han både trivdes og fikk en god erfaring med seiling. Hadde ikke sønnen fått denne mottakelsen, ville også morens opplevelse bære preg av det. Alle viser en åpenhet for nye bekjenskaper og en romslighet for personer som er forskjellig fra seg selv. Den 15 årige sønnen glir automatisk inn i miljøet, og hun slapp å bekymre seg. De andre var jo voksne ungdommer som hadde ønske om å drikke og ha det moro sammen. Det at hun også viste toleranse for at sønnen også kunne ta del i det sosiale, selv om de andre drakk alkohol, synliggjør også hennes åpne holdning og trygghet som mor, men også hva som er nødvendig i en turistboble. Alle viser både fleksibilitet og positive holdninger til å bidra slik at det sosiale felleskapet skal fungere på best mulig måte, som er viktige egenskaper der samskaping er en stor del av opplevelsen i en slik boble.

Fellestur var en av årsakene til at K2 ønsket en slik tur. Hun hadde gode erfaringer med mennesker som deltar på slike turer, og mente sjansen var stor for å møte trivelige mennesker på denne type tur. «Så, jo uansett hvilke turer jeg har vært med på så er det bare positive flotte folk som er med på sånne fellesturer» (K2). Samarbeid og samhold trekkes frem som positive dimensjoner og betydningsfullt for opplevelsen, og hun legger spesielt vekt på guidens betydning for at det skal fungere bra. «Ja det ja, de som ikke liker den typen de ehh.. melder seg ikke på. Jeg tror det blir samhold ut av det» (K2). Også hennes tålmodighet og fleksibilitet til både oppgaver, de andre gjestene og de fysiske anstrengelsene, er viktige bidrag til at alt fungerer bra. En vinn vinn effekt som lett smitter videre i gruppen og skaper god atmosfære. «Nei, det funket veldig greit det, og delte på oppgavene, var ingen som, ehh ja var veldig greit» (K2).

K3 utviser raushet og romslig holdning overfor de andre, som skaper potensiale for et godt miljø ombord.

Så var det spennende, vi var jo fordelt på rom, ikke sant. Jeg skulle dele lugar med han eldre mannen, ja ja tenkte jeg at det går jo fint, for jeg er jo en sånn som går på DNT hytter og er vant med fellesrom, så det går kjempefint. Så det, så den innstillingen er jo kjekt å ha på en måte, for det var noe av de spørsmålene jeg fikk av de andre, hvordan, hva syns du dette er? Det går helt fint, selv om det blir litt intimt når en skal ligge på en liten lugar med en fremmed mann (K3).

Sheldon (2020, s. 2) viser til at mennesker som har vært gjennom personlige endringer i livet legger gjerne bort egoet, har en mer respektfull bevissthet med ønske om velvære for andre og miljøet. De som deltar i denne undersøkelsen, kommer allerede med en innstilling som

viser at de har vært eller er mottakelig for å ha en transformativ opplevelse. Atmosfæren som utvikles, det enkle livet ombord og bevisstheten om tid som legges bort, virker også å gi mer ekte og autentiske situasjoner. Den humørfylte morgenfuglen som sang og trallet, og som med en ironisk kommentar fra en av gjestene fikk høre: K3: «Jaha, du er en sånn en som synger om morgenen du! Jeg kommer til å skyte deg en dag!» Etterfulgt av mye latter. Humor virker forløsende i et samhandlende miljø, slik at skuldrene senkes og muliggjør fordypning.

Og du stoler på hverandre og støtter hverandre og kommer veldig tett på hverandre, og de er definitivt hyggelige folk, det er folk som har bestemt seg og er villige til å bruke ferien sin på en båt, ved kysten, ikke hvor som helst i et tropiske strøk, men her i nord, jeg mener vi er definitivt i en «barnehage», vi er trygge (K4).

Alle er i samme båt, her finnes ikke muligheter for så stikke seg unna. De kan legge fra seg dagliglivets bekymringer, men den enkeltes personligheter blir tydeligere, fordi en kommer tettere på hverandre og også ens sårbare sider. Sjenanse, dårlig selvtillit, svekket mot og styrke finner ikke så lett skjulesteder ombord. Egenskaper som en ofte venter med å «avdekke» i forhold til nye relasjoner, gjør her at man får en dypere kontakt på kortere tid. Nye relasjoner og de sosiale dimensjonene betyr mye for en god opplevelse, og i en boble med disse turistene, ser det ut til at det sosiale og kameratskapet får gode vilkår. Gruppetilhørighet og tilknytning skaper engasjement og involvering og gir grobunn for fordypning (Blumenthal & Jensen, 2019). Flere dimensjoner som til sammen for de det gjelder, skaper en unik og meningsfull opplevelse, som styrker muligheten for transformasjon.

De har alle en innstilling og formål om å skape gode forhold ombord og legge til rette for trivsel og samhold, gjennom sin deltakelse. Alle referer til tidligere og tilsvarende reiser, der gode holdninger og verdier har skapt gode opplevelser i slike «turistbobler». De erfaringene har kanskje vært et element som har formet dem som mennesker i møte med andre, og vært et bidrag i en eksistensiell transformasjon tidligere i deres liv. Dette er ikke mulig å tolke ut fra denne undersøkelsen, da kanskje ikke engang deltakerne selv er klar over det. Gode relasjonelle møter med andre har ofte en boomerang effekt som en ikke nødvendigvis ser virkningen av umiddelbart. Den bærekraftige effekten i form av et varmere og inkluderende samfunn, skal man ikke undervurdere. Dette er også i tråd med FNs bærekrafts

mål nr. 16 (FN Sambandet, 2020). Mulig boomerangen returnerte på denne turen? Deltakerne viser iallfall verdier og egenskaper som toleranse, vennlighet, ydmykhet og ansvarsfølelse. Dette er verdier og egenskaper som er relatert til personer som har vært gjennom en form for endring, og som kjenner en nærhet til natur, miljø og andre mennesker (Sheldon, 2020).

Turistboblens tema, Tavaha, gir næring til det intellektuelle nivået.

Forholdet til plastforsøpling langs kysten var alle kjent med fra før og alle hadde et bevisst forhold til bærekraft på hver sin måte, enten via utdanning, yrke eller generell interesse og eget engasjement. Deres bakgrunn og selve konseptet var også en årsak til at turen vekket interesse. Men alle ble overrasket over mengden forsøpling, hva de fant og hvor det kom i fra. Blant annet trakk flere frem mengden plastpatroner som kom fra leirdueskyting på båter, samt garn -og taurester fra fiskerinæringen. «Ja det ga en sånn, dette nytter altså, dette er det vits i, det er her en uendelighets jobb, men de var veldig tydelig på at det nytter» (K1). Hun syntes hun hadde lært veldig mye på denne turen og fremhevet betydningen av samarbeidet med In The Same Boat.

Selv om det opplevdes overveldende, fikk mange følelsen av og kunnskap om at deres bidrag hjalp. K2 trakk frem hvor fokusert hun først ble på all mikroplasten vi hører så mye om. Hun satt og pillet småbiter på stranda, men endret fokuset til større elementer etter hvert, da M2 (Nordic Ocean Watch) gjorde henne oppmerksom på at her teller kilo. «For tenk hvor mye mikroplast de store plast elementene vil omvandles til» (K2). M2, M1 og folkene fra In The Same Boat, gjorde oppmerksom på at det hjelper å rydde, noe som også ble dokumentert av et registreringssystem ombord i In The Same Boat, og ved selvsyn. Det ble også holdt foredrag med lysbilder på Træna.

En treffer folk i hjertet når en også treffer dem intellektuelt (Pedersen, 2012, s- 134-135). Det å tilføre opplevelsen informasjon og kunnskap hjelper deltakerne til å absorbere og forstå, og samtidig gi næring til følelser som håp og tro på at deres bidrag monner. Jo mer meningsfullt vil det oppleves. Uten denne informasjonen ville det kunne etterlatt deltakerne i villrede og meningsløshet som ville redusert muligheten for transformasjon.

Det var så overveldende mye og vi var forberedt på det, at det var så, en blir jo nesten deprimert, ikke sant, det var jo enormt, vi burde hatt gravemaskin og vært der i dagevis på noen av de strendene vi var, for uansett hva vi løfta på torv så var det enormt.....Ja ja, det var virkelig et sjokk, det var så enormt mye i noen sånne vikler og det hadde ligget der lenge, det var nedgrodd..... og dette er bare en bitteliten øy av enormt mye og vi har en kjempelang strandlinje og når en tenker på omfanget av det, så ble det litt voldsomt (K3).

Tross alvorret i situasjonen og det depressive synet, så beholdt de humøret seg imellom, og som hun uttalte; "vi måtte ha litt humor hvis ikke det skulle bli for depressivt". Hun trakk også frem den viktige kunnskapen hun fikk som hun kunne videreformidle. Det var en viktig del av turen, syntes hun. Uten denne kunnskapen hadde hun ikke ant hvor enormt det var. De fikk oppgaver underveis om å samle ting og ta med til en felles økt, hvor de ble fortalt hvor gjenstandene kommer fra. Det var en vekker for mange når de fikk vite hvilken industri det kom i fra og hvor langt plasten hadde reist. Deres aktive bidrag til strandrydding gir opplevelsen en annen dimensjon enn om de bare skulle blitt vist og fortalt. Her stimuleres flere sanser, både gjennom egen deltakelse, men også via informasjon og lysbilde fremvisning.

Det kontrastfylte med seiling i den flotte naturen og de forsøplede holmene, gir den enkelte en tankevekker. Det å faktisk se problemet på nært hold, delta fysisk, oppleve sine egne følelser i møte med problemet, gir temaet og konseptet legitim autentisitet og mening. Det intellektuelle nivået stimuleres gjennom den kunnskapen de får om plastforurensing, samtidig som de lærer å mestre følelser som oppstår. Den felles innsatsen gir de også en god anledning til å dele tanker og følelser med hverandre, som stimulerer til kreative løsninger på problemet. Turistboblens tema har flere elementer som Tarssanen og Kylänen (2005) hevder bør være til stede i et produkt, som ser ut til å gi gjestene både mestringsfølelse, læringsutbytte og ikke minst sterke emosjoner. Temaet skaper en modningsprosess som øker muligheten til endring.

Turistboblens varighet og sakte reise innbyr til dypere interaksjoner og refleksjoner.

Seil Tavaha er en opplevelse i sakte tempo, der seiletappene kan gi tid til ettertanke og hvile for sinnet, og strandryddingen stimulerer til refleksjon. En sakte reise hvor det er rom for å ta egne valg, gir også en følelse av frihet som åpner muligheter for oppmerksomhet. «Fikk

brukt til å se plasser og seilt og så syns det var utrolig fint å få så mye strandhogg, at vi stoppa og fikk kom på land» (K2). Hun satte pris på at det var romslig med tid, slik at de kunne få flere opplevelser underveis.

Tiden på dekk gir K1 pause fra det sosiale, selv om hun ikke følte det var noe påtrengende. «Jeg fikk mye egentid på dekk fordi når det var litt bølger og ble litt rufsete vær var jeg på dekk og de andre ble sjøsyke, så jeg og skipper var mye, noen timer aleine» (K1). De kunne også sitte ved siden av hverandre uten å prate, fordi de var sliten av vær og vind. «Skravla gikk jo ikke hele tiden heller, det er mye lyd og mye vind så en orker ikke og en blir jo veldig sliten» (K1). Det å være sliten på denne måten, reduserer behovet for å bruke tid på negative tanker og gir anledning til å være mer i nuet. Det gir sinnet fred og åpner muligheten for å tolke og reflektere, som Reisinger (2013) også mener er reiselivsnæringen potensiale for å transformere turistene. Også K2 viser til hvordan seiletappene skapte muligheter til å reflektere, fordi den sakte tiden ga de rom for det. «Du får jo egentlig det når du, under seilinga da, gikk på motor noe og noe seiling, men fikk jo brukt litt tid ut til å se på landskapet og gå litt inni seg selv, det ble tid til det» (K2). Naturinntrykkene kan fordøyas uten forstyrrelser og gir den enkelt rom for å kjenne på de følelsene dette kan skape. De vakre synsinntrykkene og lyden av vinden, gjør det mulig å koble seg fra alle andre forstyrrelser og samtidig koble seg på naturen. Den ytre skjønnheten kan forsterke turistens følsomhet og legger til rette for fordypning i den indre verden (Moal-Ulvoas, 2017 sitert i Sheldon, 2020, s. 7).

Tiden med plukking av søppel, gir gjestene mulighet for å føre lengre og dypere samtaler og reflektere over det de opplever. De samlet plast i grupper og hjalp hverandre fysisk med å plukke og bære, og fikk samtidig en fin anledning til å snakke sammen om det de opplevde. K2 nevnte at de hadde pratet om at dette hadde vært et fint tilbud som sommerjobb til ungdom. En meningsfull jobb hvor de får anledning til å være mye ute, komme seg hjemmefra, lært masse om forsøpling, treffe andre, være sosial og oppleve samhold. Samfunnet skulle investert i dette som et slags mentalt helsetilbud til ungdom, mente hun. Tiden med plukking skapte et engasjement som faktisk resulterte i kreative løsninger på plastutfordringen. De viser allerede her at de gjennomgår en endring i form av problemløsning. Den friheten mer tid og sakte tempo gir, åpner for kreativitet og pauser fra hverdagens tankekjør.

Et lavt tempo er også ofte en kontrast til det daglige livet mange opplever. Bare det å få anledning til å velge fritt, kan fremstå som noe kontrastfylt fra en hverdag fylt opp med hurtige avgjørelser og «må oppgaver» fra morgen til kveld. I motsetning til kortvarige og actionfylte opplevelser, hvor en knapt rekker å se hvem de andre gjestene er, gir lavt tempo og mye tid sammen muligheter for dype og meningsfulle interaksjoner med de andre. De blir mer oppmerksomme, mer bevisst og respektfulle overfor omgivelsene (Holladay & Ponder, 2012 sitert i Sheldon, 2020, s. 8).

6.2.3. Guiden tilrettelegger for fordypning i turistboblen

Den grunnleggende rollen en guide har og hans evner til å balansere sin rolle, forenkler gjestens fordypning og er nøkkelen til ekstraordinære opplevelser (Hansen & Mossberg, 2016). Trygghet vil være avgjørende for muligheten til å bli fordypet og involvert i en opplevelse, men også for læringspotensialet. Gjennom engasjerende historiefortelling, sosial interaksjon og individuelle instruksjoner, som gjør gjestene i stand til å mestre en bestemt aktivitet, legger guiden til rette for fordypning (Hansen & Mossberg, 2016, s. 263)

Guiden skaper trygghet i turistboblen i rollen som skipper og pedagog

K2 trakk frem hans rolige fremtoning når noen f.eks. gjorde en feil. «Veldig ålreit i forhold til å gi oss ansvar og stola på, ja han var ikke nervøs til å la oss få prøv oss, ja rolig og behagelig fyr, stressa oss ikke opp på noe vis» (K2). Da en fender skulle festes av en gjest og den heller falt i sjøen, tonet han det hele ned med at dette passet fint nå, fordi han hadde tenkt å gå igjennom «mann over bord» øvelse. Vedkommendes eventuelle ukomfortable følelse blir snudd til noe positivt, og han ufarliggjør det å feile, som også handler om trygghet for den enkelte. Guiden her ser ut til å evne å skape et godt læringsmiljø der trygghet i situasjonen gjør gjesten mottakelig for tilbakemelding, som åpner for å reflektere over hendelsen og heller lære av den. Horgen (2010) mener en dyktig guide gjør seg kjent med gruppen i forkant, sørger for å inkludere dem og er bevisst på læringssituasjoner og vet å gripe tak i dem. Gjennom den deduktive metoden kan skipperen instruere og forklare, samt gi instruksjoner når det er nødvendig. Noe han også gjorde før de la fra kai, hvor han forklarte og viste sikkerhets regler, samt delte ut redningsvester og utstyr. «Og så væremåten, at han var så rolig da, lot oss få prøve, fortalte og viste oss, og vi spurt og maste og han viste aldri at vi

maste» (K2). Han evner å bruke en induktiv tilnærming der han lar de får prøve og feile i situasjoner som tydeligvis tillater det (Lund og Henriksen, 2019). Trygghet i forhold til sikkerhet ombord, er også viktig skal gjestene kunne fordype seg i opplevelsen.

Det å få lov å prøve og feile, samtidig som han utviser tillit til de, skaper trygghet i gruppen. «Han var en utrolig trygg person, veldig trygg skipper og utrolig god pedagog, god til å forklare» (K1). Nybegynnere vil ofte bruke en del tid på å sette seg inn i alle prosedyrer og hvordan utstyret ombord skal håndteres. Guidens rolle i denne læreprosessen vil være viktig, slik at ikke gjestene hindres i å bli fordypet (Arnould et.al. 1998 sitert i Hansen og Mossberg, 2016, s. 263). «Han var veldig dyktig til å få alle til å føle at de fikk det til. Kjempe, kjempeflink. Jeg er 100% sikker på at grunnen til at skuldrene slapp så fort, var tryggheten i skipperen» (K1).

Guiden legger til rette for individuelle hensyn

K1 sa det var «veldig lavterskel for om du skulle bli med ut eller ikke, det var veldig frivilligbasert om du hadde lyst, du kunne bli på båten om du ville, det var ikke noe press på noe måte». Hun refererte også til hvor veldefinert og tilrettelagt turen var. Det gjorde at det var legitimt å lene seg tilbake og slappe av dersom man ville det når de andre var på strandrydding. «Da kommer alle med den rolige inngangen og stresset ble lagt igjen på kaia» (K1). Også K2 uttrykte å sette pris på denne valgfriheten som skapte feriefølelse: «Alle sto fritt til om de ville delta på strandrydding, slappe av i båten eller ta seg en topp tur, og dette gjorde at skuldrene ble senket og følelsen av ferie ble topp, selv om man drev med rydding» (K2). Hadde guiden oversett at gjestene faktisk er på ferie og presset gjennom sitt eget miljøengasjement eller ønske om mer seiling, kunne atmosfæren ombord blitt noe anstrengt etter hvert, og dempet den transformative effekten reisen kan gi.

Det var helt greit å trekke seg tilbake og slappe av litt hvis man er sliten å gå litt sånn ja, gå litt for seg selv, det er, det er, det er helt akseptabelt å gjøre, fordi det blir overveldende, man blir sliten av å være så kompakt på ferie sammen hele tiden også, både når vi plukket og da når vi var, ankret opp og gikk ut av båten om kvelden. (K3).

Markedsføringen har skapt forventinger om individuell tilrettelegging og når guiden også viser denne omsorgen i praksis, bidrar det til redusert press samt mulighet for å reflektere omkring det man opplever. Han etterlever det som er lovt slik at gjesten blir fornøyd og

opplevelsen får verdi for gjesten. Hadde hun ikke fått anledning til å trekke seg tilbake, kunne både slitenhet og misnøye redusert hennes evne til å fordype seg. På gruppeturer er det også viktig å ta individuelle hensyn (Tarssanen & Kylänen, 2005). Det å la deltakerne få en følelse av fleksibilitet og imøtekomme behov, bidrar til trygghet og en opplevelse av eksklusivitet, som gjør at gjestens inngang til reisen oppleves myk og smidig. «De hadde, Seil Norge kjøper inn all maten på forhånd, så har de en meny liste, så velger man selv hva man har lyst å lage den dagen» (K3). Valgfrihet står gjerne i stor kontrast til hverdagens begrensede valgfrihet, på grunn av tidspress. Tiden gir her rom for denne fleksibiliteten. Her skaper også guiden kontrast i opplevelsen (Tarssanen & Kylänen, 2005). En god tilrettelegging fra tilbyderen hjelper gjestene til å ta valg som passer for seg. Uten god planlegging fra guidens side, ville det kunne bidratt til større involvering av gjestene, men også risiko for uenigheter og konflikter. Her har guiden tatt valgene for dem og heller vært fleksibel i hvordan de ønsker løse det. En konfliktdempende tilrettelegging som frigjør energien til å kunne fordype seg i opplevelsen.

Guidens involvering av gjestene legger til rette for sosiale interaksjoner

Involveringen, der alle bidrar, hjelper deltakerne til både å bli kjent med hverandre og med hvor utstyret ombord på båten skal være.

Ja, nei, så så kom vi, kom vi ned til kaia der, og der lå jo den seilbåten. Og alt som vi skulle ha av mat skulle vi da lempe ombord, og vi lemper, og da kom jo alle sammen og blir vel litt sånn kjent fordi vi holdt på å lempe på varer og plassert og fordelt liksom om ja, alt som var der skulle vi på en måte kjenne noe til. Vi skulle lage maten, så var fint at vi liksom var med på hele prosessen. Så da, så da tok vi bare tak og plasserte ting og fant ut hvor det skulle være ting. Ja, var veldig sånn fin sånn teamarbeid egentlig (K3).

Den sosiale prosessen starter tidlig og det hele legger føringer for hvordan tonen og holdningen bør være ombord. Det som markedsføres blir praktisert allerede her. De er forberedt og finner det helt naturlig å ta tak og få jobben gjort. Han organiserer det slik at de får ta del i det å gjøre seg kjent med båten og de andre deltakerne, når de i fellesskap bærer mat og utstyr ombord. «Kapteinen, hvordan vedkommende presenter det på, hvordan ledertype han er. Det betyr jo mye for at vi, at her hjelper vi hverandre» (K2). Dette samarbeidet bidrar til at det skapes bånd mellom gjestene og mulighet for en sosial trygghet i gruppen ganske tidlig. På den måten gir guiden de en fin anledning til å dempe spenningen som gjerne er i begynnelsen før man blir nærmere kjent. Det å skape en sosial trygghet i

gruppen, gjør det lettere for gjestene å involvere seg med hverandre. «Ja, da er alle ansvarlige for at ting flyter godt og at det blir trivsel og ryddighet» (K2). Samskaping, gjennom mental og emosjonell involvering av alle ombord, vil være av avgjørende betydning her, hvor en skal bo så tett på hverandre over så lang tid. Guidens evne til å tilrettelegge og informere, skaper klarhet og gir flyt i samarbeidet. Det begrenser eventuelle misforståelser, samtidig som kursen pekes ut for hvordan ting skal fungere. Det sosiale felleskapet får bedre fotfeste til å utvikle seg til det beste for alle.

K1 synes «Det var helt fantastisk opplevelse for oss begge to, så absolutt ingenting å utsette på det, med masse kule mennesker, masse forskjellige mennesker». Hennes opplevelse viser også at i en slik setting som dette, ikke ga noen form for rollekonflikt for deres del, slik Lindberg & Østgaard (2015) fant i sin studie med kanopadlere. I Lindberg og Østgaards studie, fikk de ikke lagt fra seg de hverdagslige rollene barn/foreldre og transformasjonen for de ufaglærte ble utfordrende når villmarka ble fremmed og relasjoner ble satt på prøve. Seil Tavaha kan se ut til å bære preg av å ha en kombinasjon av aktiviteter og tilpassede kompetansekrav til deltakerne, som gjør at relasjoner og roller kan utvikle og tilpasse seg til situasjonene som oppstår. Og som hun fremhever flere ganger, skipperen utstrålte en trygghet og avslappet holdning til situasjoner ombord, som kan virke som at de ble inkludert og følte seg sett. Det ser ut til at det er tatt hensyn til et riktig forhold mellom fordypning og transformasjon, som støtter en passende opplevelse for kundene (Vargo & Lush, 2004 sitert i Lindberg & Østgaard, 2015). Det å se sønnen trives og gli så lett inn i miljøet, bidro også til at hun kunne senke skuldrene og få en god opplevelse. “Det var dritkult, ganske enkelt helt suverent og fantastisk opplevelse for oss begge to” (K1).

6.3. Guidens kompetanse har effekt på elementene og gjestenes tilfredshet

Naturguidebegrepet bygger på begreper og roller med ulik faglig bakgrunn, som naturveileder med utgangspunkt i naturforvaltning, friluftslivsveileder i friluftsfaget, og guide med utgangspunkt i reiselivet og den kommersielle siden (Andersen & Rolland, 2016, s. 161). Felles for alle disse rollene er at de jobber med og leder andre mennesker og den relasjonelle kompetansen vil ofte være avgjørende for hvordan opplevelsen blir. Spurkeland (2020) fremhever flere dimensjoner som kjennetegner god relasjonskompetanse, og de karakteristikkene deltakerne gir av skipperen viser at han besitter flere. Tillit, kreativitet, dialog, synlighet, tilbakemelding, humor og emosjonell modenhet er noen av disse. Ansattes kunnskap, ferdigheter og verdier er avgjørende for å skape personlige transformasjonsopplevelser for turister (Soulard et.al. 2019 sitert i Sheldon, 2020, s.4).

Ja, og så har det selvfølgelig mye å si hvem som er, ikke sant, vi hadde en kaptein, leder som var som er utrolig lounge (avslappet) og fin, ikke sant? Og som som er romslig og gjør det trygt og ikke sant? Det har jo mye å si det altså (K3).

Den emosjonelle intensiteten virker å sitte sterkt i dem fremdeles når de uttrykker betydningen av guidens/skipperens rolle i totalopplevelsen. Intensiteten og følelsene som merkes gjennom stemmebruken fra flere, understreker hvor viktig skipperen var for opplevelsen. Det kunne tyde på at han «lot skuldrene slippe» hos disse intervjuobjektene. Dette støtter også konklusjonen i forskningen til Campos et. al. (2015), hvor guidens rolle som venn i et *communitas* er viktig for sosialiseringprosessen og samskapingsopplevelsen. Hvordan guiden samhandler med gjesten vil øke verdien for henne og det pedagogiske og relasjonelle som innflytelsesfaktorer har betydning på dette samspillet (Rokenes et.al. 2015).

Jeg er 100% sikker på at grunnen til at skuldrene slapp så fort, var tryggheten i skipperen, stolte, han var utrolig flink, var veldig sikker på at dette går bra, han var så «laid back» og trygg på seg selv (K1).

Hun fikk full tillit og trygghet til hans kompetanse som skipper, noe som gjorde at hun (som faktisk hadde seilt en del) kunne senke skuldrene fullstendig. «Jeg tror definitivt skipperen var grunnen til at det var så vellykket» (K1).

Guiden legger til rette for et fellesskap og en interaksjon med deltakere og guider, som gjør

det mulig å snakke om det man opplever. De gir dem kunnskap om forsøplingen og hjelper dem til å bearbeide sine inntrykk. Det at guiden også benytter M2's kompetanse og In The Same Boat til å formidle kunnskap og håp, ga gjestene mening til deres bidrag i strandryddingen. Denne interaksjonen åpner for å stille spørsmål og dele erfaringer med guidene og det gir mulighet for emosjonelle støtte som kan oppstå. Deltakerne gis mulighet til å mestre både fysiske og psykiske utfordringer i tilpassede doser, som både skaper refleksjoner og handlekraft. Hadde guidene oversett behovet for å tilføre kunnskap, er sjansen stor for at strandryddingsprosjektet, ville føltes meningsløs, og at troen på bærekraftige handlinger ikke hjelper.

Det at han tar individuelle hensyn, styrker også det autentiske og ekte ved guiden. Det å trekke seg unna ved behov, prate sammen når en rydder og stå over ryddejobben, var helt greit, dersom en følte for det. Hans forståelse og medfølelse, gir den enkelte mulighet for å bearbeide sine følelser og bringer dem nærmere en fordypning. Samtidig reduserer det en eventuell opplevelse av en kommersialitet i produktet, der økonomiske resultater er det primære. Ingen blir her presset til å delta i strandrydding eller andre aktiviteter for at selskapet skal ha fordeler av det, noe en kan oppleve i andre sammenhenger, der f.eks. mersalg i tilknytning til en aktivitet er avgjørende for guidens inntjening.

Tavaha konseptet var kjempeopplevelse, var veldig, veldig bra på alle mulige måter, men det hele, M1, som var skipper på turen som vi var på, det er hans konsept, når du eier et konsept så blir det bra. Eier det du driver med, det gjelder i alle sammenhenger, så lykkes du med det til grader (K1).

Sheldon (2020) sier også at reiselivsbedrifter som eies og drives av mennesker som har gjennomgått sin egen livsforvandling gjennom reiser, er ofte bedre rustet til å være disse endringsagentene (Sheldon, 2020, s. 4.) I sin virksomhet lever de ut sine nylig transformerte verdier, og lærer dem også til turister (Groenendaal, 2012 sitert i Sheldon, 2020, s. 4). K2 nevnte at skipperen fortalte om noen av sine reiser, blant annet den rundt Atlanteren. Her trakk hun frem at de hadde «kommet inn på» hans erfaring som skipper, hvor han hadde fortalt, uten å brife på noen måte. Det viser at han har en trygghet i seg selv og har ikke behov for å overbevise andre om sin kompetanse. Sjenanse kan også være årsaken, men deltakernes beskrivelser kan tyde på at han utstrålte en trygghet. Hans reiseerfaring har mest sannsynlig gitt han et handlingsrepertoar som han kan ta i bruk i sin rolle. Hans erfaring

innenfor Natur og ungdom og Fjordane Friluftsråd viser også at han har eierskap til den faglige delen av opplevelsen og kan fullt og helt stå inne for konseptet.

Skipperens/guidens betydning var unektelig den viktigste faktoren for totalopplevelsen for alle under Seil Tavaha. Hans kompetanse, sosiale antenner, trygghet, raushet, romslighet og behagelige fremtoning og bidrag til atmosfæren, samt evne til å se muligheter fremfor problemer, mente alle var avgjørende for deres absolutte positive opplevelse av denne turen. Det kan se ut til at guiden har en balansert tilrettelegging for fordypning, ved at gjestene både får fordypet seg i form av å være, sanse, observere, og relatere seg til de andre og det fysiske miljøet («immersion by being»), og fordype seg i aktivitet og deltakelse, mestring og læring («immersion by doing») (Pedersen, 2015, s. 59). «Han hadde en sekk med mange elementer som han kunne dra frem» (K1). Basert på deltakernes tilbakemeldinger ser det ut til at guiden i denne undersøkelsen mestrer spekteret i naturguide begrepet godt, og er en viktig og avgjørende støtte i transformasjonsprosessen i turistboblen. K1 sammenlignet det med å sitte i forelesning med en dårlig foreleser og hvor avgjørende det er for utfallet av læring og interesse. Den samme avgjørende betydningen har guiden: «Guiden har alt å si», sa K1. Han viser å mestre hvilken betydning de seks elementene har for gjestenes totale opplevelse og gir dem mulighet for endring (Tarssanen & Kylänen, 2005).

7. Konseptets transformasjonskraft i forhold til mer bærekraftige holdninger og handlinger i livsstil

Elementer som gir gjesten sterke, positive følelsesmessige opplevelser vil i følge Tarssanen og Kylänen (2005), øke muligheten for at de gjennomgår en endring på det personlige planet. Seil Tavaha ser ut til å inneha flere elementer og de ble beskrevet og kategorisert i begrepene, natur og turistboble. Guidens rolle er fremhevet flere ganger av betydning for den positive opplevelsen gjestene har hatt, og skiller seg klart ut som et element i forhold til det Tarssanen og Kylänen's opprinnelige modell. I denne delen vil jeg se på om funnene har ført til at gjestene i Seil Tavaha har endret sine holdninger og handlinger til en mer bærekraftig livsstil. Har naturen, turistboblen og guiden prosessert gjestene fra motivasjonsnivå til et transformativt nivå?

Det kan tyde på at de har valgt denne turen fordi de allerede var bevisste i forhold til bærekrafts spørsmålet. De kom inn i opplevelsen med holdninger og handlinger som er forenlig med det å bry seg om og et ønske om å bidra til velvære for de rundt seg og miljøet (Sheldon, 2020, s. 2). Og det kan se ut til at de ønsker en dybde og større forståelse som gir trygghet i allerede eksisterende holdninger. Valget av den spesifikke opplevelsen ser ut til og komme av et ønske om å kombinere en interesse for seiling med et meningsfullt oppdrag, samt oppleve Helgelandskysten og være fysisk aktiv. Undersøkelsen viser at konseptet i sin markedsføring har appellert til de som allerede er opptatt av miljøspørsmål. Hvorvidt den ville appellert til de med mindre miljøengasjement, kan ikke denne undersøkelsen gi svar på, men kan være en mulig problemstilling for fremtidig forskning. Deltakernes eksisterende holdninger og handlinger som de tar med seg inn i opplevelsen, legger et grunnlag for at de andre skal få en god opplevelse. Deres relasjonelle tilnærming kan skape både trygghet og lette inngangen til læring og mestring for andre. Gode menneskelige møter smitter gjerne og det er en erfaring for en førstegangsreisende å ta med seg inn i sin neste reise.

7.1. Gjestenes egen bevissthet rundt endringer som er foretatt

K3 fikk på en måte mer anerkjennelse og beundring innenfor friluftsansjonene hun jobber for etter at hun hadde deltatt på denne turen.

Når jeg da ble med på den turen fikk jeg en enda mer indre forståelse og større «standing» på en måte i det miljøet der også. Så den kommunikasjonen med de menneskene etterpå har kanskje blitt litt annerledes, fordi at jeg har tatt det steget og vært med på dette (K3).

Veldig mange i det miljøengasjerte segmentet har uttalt at de også har lyst å gjøre det samme. Hennes formidling kan bidra til endring hos de andre, samtidig som anerkjennelsen kan gi henne økt motivasjon når det gjelder å fortsette en bærekraftig livsstil. Hun fikk på nytt bekreftet at hun liker en aktiv utendørs ferie, der hun skal fikse ting sammen nye bekjentskaper. Tanker om det å bo mer landlig og enkelt og hva som er viktig i livet, hadde hun også reflektert rundt. På friluftturer hun arrangerer, gjør hun sine deltakere bevisst på plast problematikken med oppfordring om å ta med søppel hjem fra tur. Hun er også veldig bevisst på å unngå klær som inneholder plast og gjør også andre oppmerksom på dette. Hun leser også mye oftere om plastproblematikk nå. Det er tegn som tyder på at opplevelsen har ført til en transformasjonsprosess og også en kraft til å stå sterkere i sine valg med en dypere kompetanse. Sterke bærekraftige resultat som også ser ut til å ha ringvirkninger.

I fjor, 2021, så hadde jeg kjøpestopp, handla ikke noe klær, med unntak av ullsokker og noe småtteri, fant ut jeg hadde mer enn nok i skapet, og og så langt i 2022 har jeg heller ikke handlet meg noe klær, med unntak ulltrøye og noe småtteri, turklær, bytta glidelås i jakka mi. Men det er jo mye knytta til klesindustrien da. Det er jo skremmende (K2).

Hun trakk også frem at hun oftere spottet søppel når hun gikk tur, som hun plukket med seg. Og hun har også aktivt fortalt venner, familie og kollegaer om sine opplevelser og formidlet problemet med plast i havet. Hun og ektemannen hadde også deltatt på ny seiltur året etter, og hadde også vurdert workation på Myken under nedstegningen av samfunnet. Hvorvidt turen hadde gjort henne mer bevisst, eller om det var en kombinasjon av fokuset generelt i samfunnet, var hun ikke sikker på. «Jeg lærte ihvertfall mye, syns jeg selv gjennom turen, bare av å få sett det». (K2). Ved egen opplevelse og selvsyn får hun utviklet forståelse og mening. Hennes bærekraftige nye livsstil viser at denne turen har gjort inntrykk og skapt mindre avtrykk i ettertid.

«Jeg har reklamert mye om turen sånn positivt til venner og folk rundt meg altså, at det var en fin tur, at man har jo lært hvor søpla kommer fra» (K1). Hun har ikke endret så mye i etterkant, da hun var ganske bevisst fra før, men har brukt eksempler fra turen til å informere og fortelle i jobbsammenheng og til andre. I tillegg kan det være en sannsynlighet for at også hennes sønn vil formidle sin opplevelse og kunnskap om hvor viktig bærekraftig livsstil er, slik at «ringene i vann» blir spredd i flere miljø. Selv om han ikke var en del av undersøkelsen, trekker hun også frem at hans sosiale modenhet hadde vokst under denne turen, noe som viser transformasjonsmuligheten hos en ungdom. Selv om miljøengasjementet var til stede fra før, viser det at turen har forsterket de bærekraftige holdningene og handlingene.

K4 beskriver en «refresh feeling» og mestring etter et kaldt sjøbad på Træna. Det kontrastfylte fysiske møtet med det kalde vannet etter badstueoppholdet, stimulerer sansene og følelsene, og ser ut til å ha økt bevissthetsnivået i forhold til mestring. Det å mestre skaper optimisme og tro, viktige ingredienser i livet generelt, men også av betydning for å se løsninger på plastproblematikk og forsøpling. Hun erkjente også underveis at hun må øke sin fysiske styrke og har tatt tak i dette etter turen, slik at hun også kan være i stand til å delta igjen. Hun opplever nemlig en stor glede i det å seile og være på sjøen. Det å reparere ting og gjenbruke var også noe hun trakk frem, men dette gjorde hun også tidligere. Hun fikk kunnskap om at plastikk i seg selv er verdifull da den kan resirkuleres. Problemet er selve forurensingen. Holdningen ombord, om å forbruke minst mulig, resonerte også til henne. Kontrastfylte naturopplevelser som gir mestring, livet på sjøen sammen trivelige mennesker og det bærekraftige temaet, ser ut til å ha lagt et godt grunnlag for transformasjon for hennes del.

Kjøpestopp, reparasjon og resirkulering er konkrete og målbare handlinger som blir nevnt som resultat etter denne turen. K1 og sønn har i tillegg bestilt hver sin nye seiltur allerede. Og alle i denne studien ønsker delta på tilsvarende opplevelser på havet igjen. «Jeg kunne tenkt meg vært med hvert år på denne turen», sa K4. «Jeg vil definitivt delta igjen på tilsvarende tur», sa K3. Og K2 deltok på seiltur i fjor. Deres gjenkjøpsvilje tyder på at markedsføringen samsvarer med hva de lover og at konseptet, Seil Tavaha, kanskje også har bidratt til endrede handlinger til mer bærekraftige feriereiser. De har skapt et ønske hos gjestene om å gjenta flere seilturer, en bærekraftig turistopplevelse, som er i tråd med

reiselivsnæringens mål. Dette er også i tråd med undersøkelsen til (Konu & Laukkanen, 2010 sitert i Wolf et.al. 2017) som viser at transformativt reisende gjerne vil gjenta sin deltakelse i fremtiden.

Kjøpestopp og ønsket om å formidle og endre andres holdninger og handlinger til en bærekraftig livsstil, ser ut til å være den største effekten. De ønsker ta ansvar for å dele sin kunnskap om et viktig tema. Og også inspirere andre til å delta på en slik tur. De har fått en dypere kunnskap og erfaring som skaper motivasjon til å etterleve miljøvennlige handlinger og formidle et viktig budskap. Og det gir dem en større «standing», en selvtillit til at det de gjør er riktig for miljøet. Erfaringen har gitt dem en dypere forståelse for problematikken.

8. Konklusjon, praktiske implikasjoner og fremtidig forskning

Formålet med denne undersøkelsen var å finne hvilke elementer som ser ut til å ha størst betydning for transformasjonsprosessen i Seil Tavaha opplevelsen. Og om Seil Tavaha bidrar til transformasjon mot mer bærekraftige holdninger og handlinger hos gjestene.

8.1 Naturen og turistboblen er grunnmuren i fordypningsprosessen, men guidens tilrettelegging og kompetanse er avgjørende for endring.

Elementene i naturen og turistboblen har den kvaliteten som Tarssanen og Kylänen (2005) mener må være til stede for å skape en meningsfull opplevelse som kan bidra til transformasjon. I denne opplevelsen ser det derimot ut til at guiden er den siste og avgjørende faktoren for at gjestene skal få den «pluss» opplevelsen som bidrar til personlig endring hos dem.

Alle deltakerne i studien hadde fra før et bevisst forhold til forsøpling og kjennskap til plastproblematikken. Likevel trekker de frem at de lærte mye, både gjennom formidling og

ved egen erfaring. Det som utvilsomt blir trukket frem som årsak til deres positive opplevelse er guidens kompetanse og relasjonelle ferdigheter. Dette ble understreket opptil flere ganger. Han la forholdene til rette for fordypning i turistboblen. Hans faglige kompetanse økte deres kunnskapsnivå og engasjement og la til rette for fordypning. Opplevelsen var passe dimensjonert med strandrydding, naturopplevelser og sosialt fellesskap. «Et kinderegg av en tur», som K2 uttrykte. Guiden var det som ga dem en «pluss opplevelse». En god balanse mellom aktivitet og tid til refleksjon og hvile. K1 er tydelig på at det er ene og alene hans ære for hennes mulighet for å gi slipp på hverdagen og fordype seg i turistboblen. Det at han eide konseptet var også viktig og som K1 sa: «det er bare å sette to streker under» guidens betydning. Hans eierskap til Seil Tavaha, mente hun var avgjørende for at dette ble så bra. Hans eierskap ser ut til å gjennomsyre hele prosessen fra markedsføring før reisen starter, til selve planlegging og gjennomføring. Det gir konseptet en gjennomgående kvalitet fordi ansvarsfølelsen sannsynligvis blir stor. De viste også til hans evne til å skape trygghet i gruppen og i situasjoner. En usikkerhet i gruppen og risikofylt seilas ville mest trolig ført til at gjestene ville hatt nok med å etablere trygghet og mindre overskudd til å nyte natur og by på seg selv i turistboblen. Her kan de ta med seg sin godt etablerte relasjonelle innstilling og samle overskudd i turistboblen istedenfor. Guidens tilrettelegging i turistboblen ga dem rom for fordypning og resulterte i endrede handlinger i forhold til bærekraftig livsstil. Holdningene til mer bærekraftig livsstil ser ut til å bli styrket i form av selvtillit og ønsket om å formidle videre.

Praktiske implikasjoner

Resultatene viser at kompetansen til guiden har betydning for opplevelsen i en turistboble over flere dager. Eierskap til produktet med tilhørende fag-og relasjonell kompetanse vil tilføre høyere kvalitet og en bedre opplevelse. Sheldon (2020) støtter også behovet for utdanning hos ansatte, samt arbeidsforhold og lønn som fremmer ansattes velvære og egen utvikling, slik at transformasjon skal bli en realitet. Gode arbeidsvilkår med tilrettelegging for kompetanseheving, vil kunne bidra til mindre gjennomtrekk og stabil levering av kvalitet. Turistboblens egenskaper viser at tiden gir åpning for refleksjon og dypere sosiale interaksjoner. Det å designe opplevelser der god tid og sakte reise gir turisten mulighet for å koble ut hverdagen, kan være viktige ingredienser for å skape kontrast til hverdagen. Seil Tavaha gjennomfører sosiale sammenkomster en stund i etterkant av sine turer. Det hjelper

deltakerne å bevare noen av sine nye bekjenskaper. Det å bidra til at sosiale relasjoner med felles miljøengasjement utvikler seg og blir varig, kan gi reiselivsnæringen et voksende grønt segment, der også ideer til nye bærekraftige nisjer med større samfunnsansvar vokser frem. Studiet viser at strandrydding som konsept absolutt har potensiale for endringer mot en mer bærekraftig livsstil og noe næringen bør satse på. En tilrettelagt opplevelse i vakker natur mot utvalgte segment, som f.eks. ferie med mening og mestring til ungdom, kan gi inspirasjon til endring hos den yngre generasjonen. Det å legge vekt på turistboblens kvaliteter, som samarbeid, læring og god tid, der guiden har god naturveilederkompetanse og evner å knytte relasjonelle bånd hos deltakerne, bør være sentral i et slikt produkt.

Fremtidig forskning

Markedsføring også mot et ikke-miljøbevisst segment, slik at sammensetningen av gjestene blir en blandet gruppe med ulikt utgangspunkt, kan gi mulighet for større synergi effekt. Hvordan påvirker en blandet gjestegruppe som dette utfallet av opplevelsen? Og har Seil Tavaha noen langtidseffekt på bærekraftig livsstil?

Hvordan designe opplevelser som gir konkrete bærekraftige resultat?

Hvordan kan en guide med høy kompetanse og relasjonell modenhet i tilsvarende opplevelse, bidra til transformasjon for unge mennesker med utfordringer? Vil en slik ferie ha noen betydning for deres psykiske helse?

Et annet interessant aspekt er om turistenes innsats og «dugnad» på ferie, kan være et alternativ til turistskatt?

Referanseliste

- Andersen, A. & Rolland, C. G., (2016). Naturguiding-profesjonalisering eller kommersialisering av friluftslivskompetanse? I A. Horgen, L. I. Magnussen, M. Lund Fasting, K. Østrem, T. Lundhaug (Red). *Ute!: friluftsliv: pedagogiske, historiske og sosiologiske perspektiver*. Fagbokforlaget.
- Bentsen, P., Andkjær, S., & Ejbye-Ernst, N. (2009). *Friluftsliv: Natur, samfund og pædagogik*. Munksgaard.
- Bischoff, A. (2015). *Stier, mennesker og naturopplevelser*. Novus Forlag.
- Björk, P. Prebensen, N., Räikkönen, J., Sunbo, J. (2020). 20 years of Nordic tourism experience research: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21 (1), 26-36, DOI: 10.1080/15022250.2020.1857302
- Blumenthal, V., Jensen, Ø. (2019). Consumer immersion in the experiencescape of managed visitor attractions: The nature of the immersion process and the role of involvement. *Tourism Management Perspectives* 2019 (30). 159-170.
- Breiby, M.A, Duedahl, E., Øian, H., Ericsson, B. (2020). Exploring sustainable experiences in tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(4) 335-351, DOI: [10.1080/15022250.2020.1748706](https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1748706)
- Brown, L. (2009). The transformative power of the international sojourn: An Ethnographic Study of the International Student Experience. *Annals of Tourism Research*, 09(3), 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.002>
- Busch, T. (2021). *Akademisk skriving for bachelor-og masterstudenter* (2.utg). Fagbokforlaget
- Campos, A.C., Mendes, J., Valle do, P.O., Scott, N. (2016). Co-Creation Experiences: Attention and Memorability, *Journal of Travel & Tourism Marketing* 2016 (9), 1309-1336, DOI: [10.1080/10548408.1184524.118452](https://doi.org/10.1080/10548408.1184524.118452).
- Christie, M.F., Mason, P.A. (2003) Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides to be Critical Reflective Practitioners, *Journal of Ecotourism*, 2010 (1), 1-16, DOI:

10.1080/14724040308668130

Dahl, T.I. (2014). Creating experience value in tourism. I N.K. Prebensen & J.S. Chen & M. Uysal (Red.), *Creating Experience Value in Tourism* (s.79-94). Cabi International.

Duerden, M.D., Lundberg, N.R., Ward, P., Taniguchi, S.T., Hill, B., Widner, M.A., Zabriskie, R. (2018). A framework of experience types. *Journal of Leisure Research*, 2019 (49):3-5, 196-216, DOI: 10.1080/00222216.2018.1528779.

Eide, D. (2020). Opplevelseskvalitet. Et faglig rammeverk for kvalitetsvurdering og - utvikling i opplevelsesbasert reiseliv. *Praktisk økonomi og finans*. (20)2, 122-137.
<https://doi.org/10.18261/issn.1504-2871-2020-02-06>.

FN Sambandet (2020). *FNs bærekraftsmål*. Hentet 19.april 2022 <https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal/fred-rettferdighet-og-velfungerende-institusjoner>

Hansen, A.H., Mossberg, L. (2013). Consumer immersion. I J. Sundbo & F. Sørensen (Red.), *Handbook on the Experience Economy* (s. 209-227). Edward Elgar Publishing limited.

Hansen, A.H., Mossberg, L. (2016). Tour guides' performance and tourists' immersion: facilitating consumer immersion by performing a guide plus role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 2017(3) 259-278. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1162347>.

Horgen, A. (2010). *Friluftslivsveiledning vinterstid*. Høyskoleforlaget.

Hverven, S. (2018). *Naturfilosofi*. Dreyers Forlag.

Høyem, J. (2020). Outdoor recreation and environmentally responsible behavior. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 2020(31). <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100317>

Hågvar, S. (2014). Naturopplevelsens kvaliteter. *Friluftsliv, naturopplevelse og livskvalitet. Grevlingen spesialutgave 5- 2014*. Naturvernforbundet i Oslo og Akershus.
https://naturvernforbundet.no/getfile.php/1376775-1464856735/Fylkeslag%20-%20NOA/Bilder/Marka%20og%20skogsak/B%C3%B8ker%20dokumenter%20plansjer/Grevlingen_spesial%205_2014_skjerm.pdf

Innovasjon Norge (2021). *Nasjonal Reiselivsstrategi: Sterke inntrykk med små avtrykk*.

Hentet 13. mars 2022 fra

[https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal Reiselivsstrategi_2021_1_2a784ce5-7b8f-438d-a40b-65a68707dff5.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal_Reiselivsstrategi_2021_1_2a784ce5-7b8f-438d-a40b-65a68707dff5.pdf)

Kim, J. J. & Fesenmaier, D. R. (2015). Measuring emotions in real time implications for tourism experience design. *Journal of Travel Research*, 2015 (54- 4), 419–429.

doi:[10.1177/0047287514550100](https://doi.org/10.1177/0047287514550100)

Kim, J. & Fesenmaier, D. R. (2017). Measuring Human Senses and the Touristic Experience: Methods and Applications. I Z. Xiang & D. R. Fesenmaier (Red.), *Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods* (s. 47–63). Springer International Publishing.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-44263-1_4

Kirillova, K., Letho, X., Cai, L. (2016). Tourism and Existential Transformation. An Empirical Investigation. *Journal of Travel Research*, 2017 56(5) 638–650.

doi:[10.1177/0047287516650277](https://doi.org/10.1177/0047287516650277)

Lindberg, F., Østgaard, P. (2015). Extraordinary consumer experiences: Why immersion and transformation cause trouble. *Journal of Consumer Behavior*, 2015(14) 248–260. DOI: 10.1002/cb.1516

Lund, T & Henriksen, A., (2019). Ferdighetslæring i friluftsliv-didaktiske tilnærminger. I. L. Hallandvik & J. Høyem (Red), *Friluftslivspedagogikk*. (s. 83-100). Cappelen Damm.

Lv a, X., Li, C., McCabe, S. (2019). Expanding theory of tourists' destination loyalty: The role of sensory impressions. *Tourism Management*, 2020 (77).

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104026>

Oppen, M., Mørk, B.E., Haus, E. (2020). *Kvantitative og kvalitative metoder i merkantile fag – en introduksjon*. Cappelen Damm.

Pedersen, A.J. (2012). *Opplevelsesøkonomi. Kunsten å designe opplevelser*. Cappelen Damm.

Pedersen, A.J. (2015). *Opplevelsesbasert verdiskaping*. Cappelen Damm.

Pung, J.M., Gnoth, J., Chiappa, D.G. (2020). Tourist transformation: Towards a conceptual model. *Annals of tourism Research*. (81) 102885.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102885>

Reisinger, Y. (2013). Connection between Travel, Tourism and Transformation. I Y. Reisinger (Red.), *Transformational tourism: tourist perspectives*. Cabi.

Rokenes, A., Schumann, S. & Rose, J. (2015). The Art of Guiding in Nature-Based Adventure Tourism – How Guides Can Create Client Value and Positive Experiences on Mountain Bike and Backcountry Ski Tours. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 15(sup1), 62-82, DOI: 10.1080/15022250.2015.1061733

Sander, K. (2019). Opplevelsespyramiden. Hentet den 19.mai. 2022 fra *eStudie.no*. <https://estudie.no/opplevelsespyramiden/>

Seil Norge (u.å.) *Seil Tavaha - Strandrydding på Helgelandskysten*. Hentet den 22. mars. 2022 fra <https://www.seilnorge.no/trips/294-Seil-strandrydding>

Selstad, L. (2007). The Social Anthropology of the Tourist Experience. Exploring the “Middle Role”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2007 (1), 19-33. DOI: 10.1080/15022250701256771

Sheldon, P.J. (2020) Designing tourism experiences for inner transformation. *Annals of Tourism Research* 2020(83)102935. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102935>

Soulard, J., Gard McGehee, N., Stern, M. (2019). Transformative tourism organizations and glocalization. *Annals of Tourism Research* 2019 (76), 91-104. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.007>.

Spurkeland, J. (2020). *Relasjonskompetanse - Resultater gjennom samhandling*. (3.utg.). Universitetsforlaget.

Tarssanen, S., Kylänen, M. (2005). A theoretical model for producing experiences: A touristic perspective. I M. Kylänen (Red.), *Articles on Experiences 2* (s. 134-154). University of Lapland Press.

Tordsson, B. (2014). *Perspektiv på friluftslivets pædagogik*. (2.utg). København: Books on Demand.

Tung, V.W.S., Ritchie, J.R.B. (2011.) Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research* 2011(38), 1367–1386.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>.

Wolf, I.D., Ainsworth, G.B., Crowley, J. (2017). Transformative travel as a sustainable market niche for protected areas: a new development, marketing and conservation model. *Journal of Sustainable Tourism* 17(11) 1650-1673. DOI: 10.1080/09669582.2017.1302454

Vedlegg:

1: Informasjonsskriv og samtykkeskjema

2: Intervjuguide

Vil du delta i forskningsprosjektet

Seil Tavaha

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke opplevelsene du hadde ved din deltakelse på Seil Tavaha i regi Seil Norge. I dette skrivet gir jeg deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Seil Tavaha er et forholdsvis nytt reiselivsprodukt i Norge og jeg er nysgjerrig på hva du sitter igjen med av opplevelser. Jeg er interessert i finne ut av hva det er, hva det har gitt deg og hvorfor. Hva som har endret seg hos deg etter denne turen.

I turismeforskningen er det av interesse å finne ut av hva som motiverer turister, hva som skaper minneverdige opplevelser og hvordan en kan tilrettelegge bedre. Gode og meningsfulle opplevelser hos gjestene er viktig for næringen, samtidig er det av interesse å se på hvorvidt opplevelser i reiselivet kan være et bidrag til en mer bærekraftig næring. Reiselivet ønsker å være en del av løsningen på de utfordringer verden står overfor når det gjelder klima og miljø.

Dette er i forbindelse med en bacheloroppgave, som er en del av mitt studie i natur-og opplevelsesbasert reiseliv i Sogndal, og skal ferdigstilles medio mai 2022. Dette er ikke i regi Seil Norge og er kun initiert av meg som student, ut fra egen interesse for temaet.

De opplysningene du gir meg vil kun bli benyttet til dette formålet.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Høgskolen på Vestlandet er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Jeg har fått tilbakemelding fra Seil Norge om at du, etter forespørsel, kan tenke deg å delta for å hjelpe meg å finne mer ut av SeilTavaha som reiselivsprodukt. Dine kontaktopplysninger har jeg fått fra Seil Norge etter samtykke fra deg.

Hva innebærer det for deg å delta?

Jeg ønsker å intervju ca. 5 gjester som har deltatt på de ulike seilasene, SeilTavaha, til Seil Norge. Intervjuet med deg vil foregå digitalt via zoom eller teams med kun meg og deg til stede. Intervjuet skjer digitalt for å unngå risiko for smitte.

Intervjuet vil ha en varighet på ca. 45 minutter (ca. 30 spørsmål) og det er ønske om å gjøre stemmeopptak, for å lette etterarbeidet, men også for å kunne gjennomføre intervjuet på en god og effektiv måte for begge parter. Opptakene vil ikke bli benyttet i selve oppgaven, og vil ikke være tilgjengelige for andre enn meg, og de vil bli slettet etter bruk når de er ferdig transkribert (omgjort til tekst).

Alle opplysninger som kan knyttes til deg på noe vis, vil anonymiseres i oppgaven.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket

tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Jeg vil bare bruke opplysningene om deg til formålene jeg har fortalt om i dette skrivet. Jeg behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Navn og personopplysninger vil erstattes med kode slik at de ikke kan kobles til dine svar.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er medio juni. Alle personopplysninger og opptak vil slettes ved prosjektslutt.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Jeg behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Høgskolen på Vestlandet har Personverntjenester vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

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

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

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

- Høgskolen på Vestlandet ved Kristin Løseth, Førsteamanuensis/ Programansvarlig Natur- og opplevelsesbasert reiseliv / Institutt for økonomi / Høgskulen på Vestlandet
tlf. + 47 57 67 63 15
- Vårt personvernombud: Halfdan Mellbye, personvernombud@hvl.no.

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

- Personverntjenester på epost (personverntjenester@sikt.no) eller på telefon: 53 21 15 00.

Med vennlig hilsen

Kristin Løseth
(Forsker/veileder)

Janicke Strøm
(student)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Seil Tavaha og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Intervjuguide Seil Tavaha opplevelse

Innledning:

1. Kan du først si litt kort om deg selv og din bakgrunn? Alder/Jobb/Utdannelse
2. Kan du fortelle litt om turen du var med på? Når, hvor, hvem var med, hvor lenge?
3. Hvor lenge siden var det du deltok? Er det følelser som fortsatt sitter dypt i deg?
4. Hvilken erfaring har du med seiling?
5. Hva er din kjennskap til TAVAHA, strandrydding, miljøproblematikk mm?
6. Hvordan fikk du kjennskap til denne opplevelsen?

Motivasjon (før)

1. Hva appellerte mest til deg når du bestilte denne turen?
2. Hva motiverte deg og hvorfor?
3. Hva var det som fikk deg til å ta den endelige beslutningen til å dra?

Underveis

1. Kan du fortelle litt om DIN opplevelse på denne turen? Koblet du ut hverdagen?
2. Kan du beskrive hva en «flyt»/lykke opplevelse er for deg? Fikk du noen slike opplevelser på denne turen?
3. Var det noen som ganger du følte du fikk en type «gåsehudopplevelse»?
4. Mestringsfølelse kan bidra til gode opplevelser. Kan du fortelle om slike opplevelser på denne turen?
5. Kan du beskrive det sosiale felleskapet på denne turen?
6. Hvilken betydning hadde det sosiale felleskapet? Kan du fortelle litt om det?
7. Kan du beskrive atmosfæren ombord? Samtaler? Alene stunder til ettertanke? Var det rom for å reflektere, alene eller sammen? Matlaging?
8. Hvordan opplevde du deg selv sammen de andre? (Avslappet? Morsom? Stille? Sjenert? Anstrengende?)
9. Opplevde du at du var en del av crewet? At du ble intergrert på en god måte? Hva tror du det skyldtes?
10. Hvilken betydning hadde skipper og guide for din opplevelse? Hvordan bidro de?
11. Fortell meg hva du lærte? Både praktiske ferdigheter, men også hva/om dette ga sosial læring, økt selvfølelse, bedre innsikt i deg selv, kunnskap om miljø/klima osv.
12. Hvordan vil du forklare selve naturens del av din opplevelse? Hvilken betydning hadde den?
13. Kan du trekke frem hendelser episoder, situasjoner som f.eks. utløste frykt/angst, intens glede eller andre følelser i deg og som gjorde sterkt inntrykk på deg? Beskriv dem.
14. Kan du gi en beskrivelse om hvorvidt disse hendelsene har endret deg på noe vis? Kanskje ikke endring der og da, men kanskje det har skjedd noe i livet ditt i etterkant? (skiftet jobb, annen livsstil/mer autentisk, flyttet, skilsmisse, annet syn på tilværelsen, verden mm).
15. Når i løpet av turen skjedde denne episoden/hendelsen?
16. Hva tror du det skyldes at du føler på en endring?
17. Er det noen minner du spesielt vil trekke frem?
18. Hvordan opplevde du bruken av mobilen under opplevelsen? For mye/lite, akkurat passe, ubekvem, skapte distanse?)

Etter

1. Er det noen refleksjoner du har gjort deg i ettertid, som gjør at du vil endre på noe i din livssituasjon? (mer aktiv, vær mer i naturen, mindre skjermbruk, bo nærmere familien, bo landlig, dyrke hobbyer mm?).
2. Hvordan er ditt forhold til naturen nå? Fortell
3. Har du f.eks. et «mentalt bilde» som sitter igjen i minnet ditt? Et bilde som fremkaller et sterkt minne?
4. Opplevde du denne turen som meningsfull?
5. Har du fremdeles sterke følelser knyttet til denne opplevelsen/turen?
6. Hvordan har oppfølgingen i ettertid vært? Hva hadde du satt pris på her?
7. Er det noe du vil spesielt trekke frem fra turen som jeg ikke har vært innom?

Til slutt:

Har du gjort noen tiltak for å leve mer bærekraftig etter denne turen? Og hvilke?
(Eks: Mindre forbruk generelt, redusert plastbruk, økologiske varer, reise mindre med fly, byttet til EL bil, har med egen pose når du handler, sorterer søppel, informerer andre om konsekvenser ved ikke ta vare på naturen.)

Har du fortsatt holdt kontakten med noen fra turen?

Takk for din deltagelse.



Høgskulen på Vestlandet

Bacheloroppgave

BO6-2011-BO-2022-VÅR-FLOWassign

Predefinert informasjon

Startdato:	11-05-2022 00:00	Termin:	2022 VÅR
Sluttdato:	25-05-2022 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgåve		
Flowkode:	203 BO6-2011 1 BO 2022 VÅR		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Kandidatnr.:	433
---------------------	-----

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	15555
----------------------	-------

Egenerklæring *: Ja
Jeg bekrefter at jeg har Ja
registrert
oppgavetittelen på
norsk og engelsk i
StudentWeb og vet at
denne vil stå på
vitnemålet mitt *:

Gruppe

Gruppenavn:	(Anonymisert)
Gruppenummer:	13
Andre medlemmer i gruppen:	Deltakeren har innlevert i en enkeltmannsgruppe

Jeg godkjenner avtalen om publisering av bacheloroppgaven min *

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? *

Nei

Er bacheloroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? *

Nei