



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

Sosiale mediers påvirkning på
friluftsliv

- En kvalitativ forskningsanalyse

Kandidatnummer 218, Henning Halvorsen

Kandidatnummer 201, Håvard Skogesal

Friluftsliv Bachelor

ID3-322

Vegard Vereide

15.12.2017

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 10.

Forord

Denne oppgaven ble skrevet i forbindelse med bachelorstudiet i friluftsliv ved Høgskolen på Vestlandet. Avdelingen som oppgaven ble skrevet under er ALI (avdeling for lærer og idrett).

Temaet som vi har valgt å fokusere på er friluftsliv og sosiale medier. Dette er et tema som har blitt mer og mer aktuelt de siste tiårene, samt at vi synes teorien som ligger til grunn for oppgaven var meget interessant. Prosessen med å skrive denne bacheloroppgaven har vært utfordrende, lærerikt og spennende.

Vi vil gjerne takke vår veileder, Vegard Vereide, for nyttige tilbakemeldinger og støtte i skriveprosessen. Vi vil også takke hverandre for at vi orket å jobbe både morgen og kveld i gode og mindre gode perioder.

Sammendrag

I denne oppgaven har vi utforsket hvordan sosiale medier påvirker utøvelsen av friluftsliv blant friluftslivsstudenter. Friluftslivet har endret seg mye de siste 20 årene. Flere nye aktiviteter har vokst frem og hvem som dominerer de ulike aktivitetene har endret seg. Vi har sett på hvordan mennesker som utøver friluftsliv benytter ulike sosiale medier i forkant, underveis, og i etterkant av turen. Vi er selv friluftslivsglade mennesker, og har selv sett, og vært en del av, et friluftsliv som blir mer og mer påvirket av sosiale medier.

Teorien som vi har valgt å bygge vår oppgave rundt er hovedsakelig hentet fra norsk litteratur, men noe av det som handler om sosiologi er hentet fra Frankrike. Det vi vil at teori-delen skal dekke er grunnleggende om identitet, de to ulike endringsprosessene i friluftslivet og hvordan friluftslivsopplevelse er beskrevet av forskjellige personer.

Vårt valg av metode ble en naturlig reaksjon på hvordan problemstillingen vår var formulert. Vi ville vite hvordan og eventuelt hvorfor sosiale medier har en påvirkning på hvordan personer utøver friluftsliv. Da var det helt naturlig å velge en kvalitativ metode, og da spesielt fokusgruppeintervju. Ved å ha denne typen intervju kunne vi legge til rette for å få frem diskusjoner og ulike synspunkter rundt problemstillingen.

Resultatene fra vår studie viser at sosiale medier påvirker friluftslivsopplevelsen på flere måter. Friluftslivet har de siste 150 årene endret seg i form av demokratisering og differensiering. I vår studie viser vi at sosiale medier har bidratt til en videreføring av begge disse endringsprosessene. Vi har også sett hvordan utviklingen av identitet ved hjelp av sosiale medier har gjort sin innmarsj, og da spesielt innenfor friluftslivet. Det siste vi så på var om sosiale medier kunne gjøre noe med friluftslivsopplevelsen. Det har vi funnet ut at det kan. Dermed har vi funnet ut at sosiale medier har påvirket friluftslivet på flere forskjellige måter de siste årene.

Nøkkelord: Friluftslivstradisjon, sosiale medier, identitet, differensiering, demokratisering

Innhold

Forord	1
Sammendrag	3
1 Innledning	6
1.2 Begrepsavklaringer	7
Friluftslivsutøvelse	7
2 Teori	8
2.1 Sosiale medier	8
Facebook	9
Snapchat	9
Instagram	9
Sosiale medier får oss ut på tur	9
2.2 To endringsprosesser i norsk friluftsliv	10
Demokratisering	10
Differensiering	10
2.3 Identitet	11
Identitetsbegrepet	11
2.4 Friluftslivsopplevelser	12
2.5 Friluftsliv og teknologi	13
3 Metode	15
3.1 De to forskjellige metodene	15
3.2 Fokusgruppeintervju	15
3.3 Utvalg	16
3.4 Intervjuguide og intervju	16
3.5 Transkribering og analyse	17
3.6 Validitet og reliabilitet	18
Hvordan vår rolle påvirker intervjuet	19
3.7 Etikk og beskyttelse av personvernopplysninger	19
4 Resultat og diskusjon	20
4.1 Endringsprosessene i friluftslivet	20
Demokratisering	20

Differensiering.....	22
4.2 Identitet.....	23
Identitet.....	23
4.3 Friluftslivsupplevelse.....	26
5 Konklusjon.....	29
Videre forskning.....	30
Litteraturliste.....	31
Vedlegg.....	34
Intervjuguide.....	34
Godkjenning fra NSD.....	35
Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet.....	38

1 Innledning

Rundt begynnelsen av 2000-tallet ble flere sosiale medier lansert, og i 2004 kom den som kanskje er mest kjent i dag, Facebook (Medienorge, 2010). I dag har Facebook 3,2 millioner norske brukere, noe som kan kalles en ekstrem utvikling på under 20 år (Kvittingen, 2017). Friluftslivet preges som alt annet av dette, og på bildedelingstjenester slik som Instagram florerer det av bilder som viser fin natur og spenstige aktiviteter.

I denne oppgaven skal vi se på hvordan friluftslivet påvirkes av sosiale medier, og vi har funnet tre forskjellige innfallsvinkler på dette temaet.

Friluftslivet har gjennom de siste 150 årene vært gjennom to endringsprosesser; demokratisering og differensiering (Odden, 2006). Disse handler om hvordan friluftslivet har åpnet seg for flere, samtidig som det i enkelte tilfeller utelukker forskjellige grupper, og øker spesialiseringen. Vi vil se på om sosiale medier kan bidra til disse endringsprosessene.

Utvikling av identitet gjennom bruk av sosiale medier har blitt noe som flere og flere tar en del av. Instagram florerer som sagt av "idylliske-bilder", der emneknagger på instagram som; "mittnorge, vennerpåtur, og turjenter" går igjen. Jakten på selvutvikling gjennom nye sosiale plattformer kan ha noe å si for hvordan vi påvirkes til å velge spesifikke turer og hvorfor vi velger å bedrive friluftsliv.

Friluftslivets frontfigurer har de siste 100 årene snakket om hvordan man kan få en best mulig friluftslivsopplevelse, og hvordan den gjennomsnittlige nordmann må lære dette, og ikke bare bruke naturen som "ting-kilde". Vi vil se på om sosiale medier kan ha en påvirkning på friluftslivsopplevelsen (Miljøverndepartementet, 2009; Odden, 2008).

Tidligere har det vært lite forskning på dette temaet. Det finnes mye forskning både på friluftsliv og sosiale medier hver for seg, men lite som ser på sammenhengen mellom disse to. Derfor mener vi det er et faglig spennende tema, som trenger å forskes mer på.

Høgskulen på Vestlandet har i dag fire forskjellige friluftslivslinjer i Sogndal, og dette er derfor det perfekte stedet å utføre denne studien. Friluftslivsstudenter er en interessant gruppe å få informasjon fra, ettersom de både er med i en oppvoksende generasjon med sosiale medier, samtidig som de har økende erfaring innenfor friluftsliv.

1.1 Problemstilling

Basert på denne informasjonen ble vår problemstilling følgende:

Hvordan påvirker sosiale medier friluftslivsutøvelsen til friluftslivsstudenter i Sogndal?

Videre delte vi inn vår problemstilling i tre under-problemstillinger, for å avgrense oppgaven, og for å gjøre den mer håndterbar. Våre under-problemstillinger ble derfor:

I) På hvilken måte bidrar sosiale medier i demokratiserings- og differensieringsprosessene i friluftslivet?

II) På hvilken måte er sosiale medier med på å forme identiteten til friluftslivsstudenter?

III) Hvordan kan sosiale medier endre friluftslivsopplevelsen?

1.2 Begrepsavklaringer

Friluftslivsutøvelse

For å definere friluftslivsutøvelse har vi valgt å bruke stortingsmelding nummer 18 sin definisjon på friluftsliv: «*Opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse*» (Klima- og Miljødepartementet, 2016). Vi har derfor valgt å fokusere på det som foregår på fritiden, og ikke i skolesammenheng. Dette er fordi det er her studentene bedriver sitt naturlige friluftsliv, uten føringer fra skolen.

2 Teori

I dette kapitlet skal vi ta for oss teori som er relevant for oppgaven vår. Vi vil starte med å definere sosiale medier, og belyse noen aspekter ved dette som er interessante for denne oppgaven. Deretter vil vi se på demokratiserings- og differensieringsprosesser som har foregått i det norske friluftslivet de siste 150 årene. Så vil vi ta opp Tordssons (2010) og Giddens (1991) begreper innenfor identitet, før vi til slutt ser på hvordan nordmenn opplever, og har sett på friluftslivsutøvelse opp gjennom historien.

2.1 Sosiale medier

Sosiale medier er et samlebegrep for plattformer på internett som åpner opp for sosial interaksjon, og som gjør det mulig for brukerne selv å skape og dele innhold i form av tekst, bilder, video eller lenker til andre nettsteder (Aalen, 2015). Mahmoud og Mohammadreza (2012) deler sosiale medier opp i syv ulike deler; sosiale nettverk, blogger, wiki, podcast, forum, content communities og mikroblogging. I vår oppgave har vi valgt å fokusere på Facebook, Snapchat og Instagram, ettersom de er mest relevante for våre studenter. Disse nettverkene er ulike, men med flere likhetstrekk, der formålet er å dele informasjon og opplevelser med sine følgere (Mahmoud & Mohammadreza, 2012). Det er flere grunner til at sosiale medier har blitt så populært som det er. Vi skal nå ta for oss noen av disse, basert på grunnleggende psykologi. Det første er sosial aksept, som går ut på at det er viktig for alle mennesker å føle seg akseptert (Tajfel, 1974). Dette kan man enkelt oppnå ved en «like» på sosiale medier. Nummer to er frykten for å bli utelatt. Dette gjelder spesielt mennesker under 30 år, som er i en fase der man finner ut hva man vil i livet, og oppdager nye egenskaper osv. Når noen gjør noe som ekskluderer oss, vekkes det er instinkt som gjør at vi vil være med, og dette er en forklaring på sosiale mediers popularitet. Ego er neste punkt, som går ut på å skape en profil der man får vist seg fra sin beste side, slik at andre ser oss. Det neste punktet er sammenligning, som går på at mennesker er opptatt av å sammenligne styrker, svakheter, egenskaper og perspektiver med hverandre, slik at man har en følelse på hvordan man er stilt i forhold til resten av verden. På sosiale medier er det enkelt å foreta en slik sammenligning. Disse punktene gjør at man kan forstå hvorfor sosiale medier er så populært som det er.

Facebook

Facebook er det mest brukte av de sosiale mediene, med 3,4 millioner norske brukere (Ipsos, 2017). Her lager man en profil, og legger til venner, slik at man kan kommunisere med hverandre. Man kan også dele forskjellig informasjon med vennene sine, som bilder, og hvor man er. I forhold til den aldersgruppen som er aktuell for vår oppgave, så viser det seg at 99% av alle jenter mellom 19 og 29 år har en bruker på Facebook, mens 76% av alle guttene i samme aldersgruppe har en bruker på dette sosiale mediet.

Snapchat

Snapchat er det nest største sosiale mediet i Norge, med 2,4 millioner brukere (Ipsos, 2017). Dette er et program der man tar et bilde med mobiltelefonen og sender det til sine venner. Bildet er kun tilgjengelig i opptil 10 sekunder og blir deretter borte. Dette gir en mer spontan og uformell bruk. Av personer innenfor samme aldersgruppen: 19-29 år, bruker 93% av jentene og 76% av guttene Snapchat.

Instagram

Instagram er en bildedelingstjeneste, som er tilpasset mobilbruk. Den har 2 millioner brukere i Norge (Ipsos, 2017). Her lager man en profil og kan følge sine venner, eller offentlige personer. Man legger ut bilder som følgerne sine kan se og like. 84% av jentene og 66% av guttene innenfor alderen 19-29 har en Instagramprofil.

Sosiale medier får oss ut på tur

Sosiale medier kan være en motivator for å få oss ut på tur. En bacheloroppgave skrevet av Hanne Haavik fant ut at 77 prosent av de spurte blir påvirket av sosiale medier til å være mer aktive (Hella, 2015). Hun sier selv at "*Når jeg får Snapchat fra venner på Ulriken får jeg veldig lyst til å løpe opp selv*" (Hella, 2015). DNT har også brukt sosiale medier for å fremme den norske turopplevelsen. I 2013 startet de et prosjekt kalt #vennetur, der folk kunne tagge bildene sine i sosiale medier med denne "hashtaggen", og dermed skape og søke inspirasjon til nye turer (Bakke, 2013). Det er også flere andre trender som handler om å komme seg ut for å trene, eller oppleve naturen. En av disse er facebook-arrangementer der man sammen skal oppnå mål, som for eksempel "*10 mil i april*" (A. Dalland, 2016). Dette går ut på at man

finner og skaper motivasjon til å gjennomføre mål gjennom sosiale medier. Man kan altså konkludere med at sosiale medier kan være en viktig motivator for å komme seg ut på tur.

2.2 To endringsprosesser i norsk friluftsliv

Det moderne friluftslivet har siden 1800-tallet vært gjennom to endringsprosesser; demokratisering og differensiering (Odden, 2006). Demokratisering handler om at friluftslivet blir mer åpent for alle, ved at stadig større deler av befolkningen og nye samfunnsgrupper har blitt aktive. På den andre siden ser vi at de nye formene for friluftsliv preges av oppsplitting og spesialisering, noe vi kaller for differensiering.

Demokratisering

Demokratiseringen av friluftslivet har pågått helt siden friluftslivet ble et eget fenomen for en større del av befolkningen rundt midten av 1800-tallet (Odden, 2006). Friluftslivet gikk fra å være aktiviteter for de unge herrene med høy utdannelse i byene til å bli mer åpent for alle. Friluftslivet ble først utøvd av de øvre sosiale lagene i byene, før det spredte seg videre til funksjonærer og fagarbeidere, videre til arbeiderklassen og til slutt ut til bygdene. Denne prosessen tok lang tid, og skjøt først fart på 1930-tallet, før veksten avtok fra 1970-tallet, og etter hvert flatet ut. Odden (2006) mener at demokratiseringen av friluftslivet er i ferd med å ebbe ut. Friluftslivet har nådd ut til alle sosiale og geografiske grupper i landet, samtidig som noen av faktorene som gjorde demokratiseringen mulig ikke lenger er tilstede. Dette gjelder blant annet vekst i tilgjengelig fritid og økt likestilling. Det finnes likevel tegn på at denne demokratiseringsprosessen ikke er over enda, ved at aktiviteten i det tradisjonelle friluftslivet har økt noe fra 1995 til 2013 (Horgen, 2016). Sosiale medier bidrar til at informasjon beveger seg raskere enn noen gang tidligere (Farbrot, 2011). Dette gjør at man kan bruke sosiale medier aktivt i forhold til både planlegging og gjennomføring av turer. Man kan også bruke de i etterkant for å dokumentere hva som har blitt gjort, noe som kan bidra til demokratiseringen av friluftslivet.

Differensiering

Differensieringen av det norske friluftslivet har foregått på to forskjellige måter (Odden, 2006). Det ene handler om økt mangfold og spesialisering, mens det andre handler om de nye aktivitetene sine økende geografiske og sosiale skiller. Utover 1980-tallet begynner vi for

alvor å se differensieringen gjennom stor vekst i alpinanlegg, telemark-bølge, og den nye off-road-sykkelen blant ungdommen. Samtidig begynner ungdommens aktivitet i enkelte av de tradisjonelle aktivitetene å synke. Utover 1990-tallet fortsetter denne trenden, samtidig som nye aktiviteter som snowboard, kiting og surfing blir populært, og eldre aktiviteter som fjellklatring og elvepadling får en oppblomstring. Ungdommen trekker mot disse nye fartsfylte aktivitetene, og i 2004 var 36% av ungdommen aktiv i en eller flere slike aktiviteter. Skillene mellom by og bygd, og mellom de sosiale lagene i samfunnet kommer også tilbake her. Man ser at de som bor i byer, samt de som er fra høyere sosiale lag oftere begynner med de nye aktivitetene enn andre. Mangfoldet og spesialiseringen gjenskerer altså skillene vi så fra det moderne friluftslivets begynnelse. Sosiale medier kan i denne sammenheng bidra til å øke både utstyrspresset, og konkurransementaliteten.

Odden (2006) begrunner både demokratiseringen og differensieringen av friluftslivet med velstandsveksten som fant sted i Norge i etterkrigstiden. Mer penger og fritid åpnet muligheter, samtidig som det gjenskerer skillene man så i det tidligere friluftslivet.

2.3 Identitet

Identitetsbegrepet

Det finnes mange teorier angående hvordan man kan forklare identitet, men vi har fokusert på det Tordsson (2010) og Giddens (1991) har skrevet om emnet. Tordsson tar utgangspunkt i tre aspekter innenfor identitet. Dette er tilhørighet, kontinuitet og autentisitet.

Under punktet tilhørighet er hovedprinsippet at identitet er formet gjennom relasjoner til andre mennesker (Tordsson, 2010). Det er i grupper og samspillet med de "signifikante andre" at selvet utvikler seg. *Kontinuitet* i forbindelse med identitet handler om hvordan vi prøver å selv-realisere oss selv uten å få brudd med kontinuiteten i våre liv. Det handler om å finne en indre logikk i forandringen. Hver enkelt av oss må skape en meningsfull livshistorie. Autentisitet handler om hvordan vi viser for oss selv og for andre at vi er den vi faktisk er. Det handler om et samsvar mellom de to aspektene "indre" og "ytre". I nyere tid er et dominerende trekk at en persons "image" blir dominerende. Dette er altså de ytre trekkene, og trenger ikke nødvendigvis samsvare med hvordan det "indre" til den personen er.

Anthony Giddens (1991) har vært sentral i forhold til å formulere selvidentitet i modernistiske samfunn. Han sier at selv de som mener at de ikke har tenkt på spørsmål knyttet til sin egen identitet vil bli tvunget til å ta signifikante valg igjennom livet sitt (Giddens, 1991). Dette kan gjelde hverdagslige spørsmål slik som hvordan vi skal kle oss og hvordan vi opptrer. Valg knyttet til identitet vil også gjenspeiles i større valg som for eksempel tro, hvor vi bor og hvilke relasjoner vi har til ulike personer. I det tradisjonelle samfunn var vi i større grad bundet til klare definerte roller, mens i den postmodernistiske verden må vi finne ut av rollene selv. Giddens (1991) forklarer det på denne måten:

Hva gjør vi? Hvordan skal man handle? Hvem skal vi være? Dette er essensielle spørsmål for hver og en av oss som lever under sen-moderniteten- hver av oss besvarer disse spørsmålene på et nivå eller et annet, enten diskursivt eller igjennom hverdagslig sosial atferd (Giddens, 1991, s. 70).

2.4 Friluftslivsopplevelser

Den norske naturen ble på 1800-tallet "oppdaget" av både kunstnere, diktere og fjellsportsutøvere. Ordet friluftsliv ble for første gang skrevet ned av Henrik Ibsen i diktet "Paa vidderne" i 1859 (Breivik, Løvmo & Setreng, 1978). Dette var begynnelsen på den moderne friluftslivsutøvelsen, som er noe som står sterkt i den norske folkesjela. Over 90% av den norske befolkningen utøver friluftsliv, og man kan derfor si at det er en viktig del av nordmenns liv (Odden, 2008). I en undersøkelse fra 2005 der nordmenn skal beskrive hvilke kvaliteter de setter pris på ved turgåing og friluftsliv er det som blir nevnt flest ganger knyttet til: stillheten, fred og ro, avstressing, sjelefred og det som henger tett sammen med dette, nemlig meditasjon og refleksjon (Miljøverndepartementet, 2009). Dette er ikke noe nytt i friluftslivssammenhengen. Fridtjof Nansen skrev i 1921:

Men en viktig side av idretten skulde jo nettopp være friluftslivet: dette å komme litt bort fra de mange, bort fra den forvirrende larm hvori vårt liv så altfor meget føres, dette å komme ut i naturen, få nye og store inntrykk fra skog og mark, de vide vidder, fra det store rum (Nansen, 1921)

For Nansen handlet friluftslivet om å komme seg ut i naturen, for å utvikle en sunn sjel i et sunt legeme. Det handlet om å komme seg bort fra de store mengdene, og å betrakte naturen med alle sansene. Dette mente han var nøkkelen til å finne den varige gleden.

Senere har også Nils Faarlund hatt et lignende syn på menneskers friluftslivsutøvelse: "*Fordi de er fremmede overfor naturen etter oppvekst og utdanning fjernt fra naturen, forbruker de naturen som en "ting-kilde" uten blandede følelser*" (Faarlund, 1979b, s. 3-4). Han sier at når de søker ut i naturen for å få nye krefter til et ensidig liv med stress, så er det ikke for å møte naturen, men for å bruke den som idrettsarena og kulisse for skjønnhetsinntrykk. Han spør videre om ikke dette er misbruk av ordet friluftsliv. For å endre på dette synet mener han det er viktig med et direkte, deltakende møte mellom individet og omgivelsene. "*Kjennskap til fri natur – natur der rytmene (årsrytmene, flo og fjærerytmer, døgnrytmer, osv.) ikke er nøytralisert eller bundet - fører til vennskap. Vennskap forplikter*" (Faarlund, 1979a, s. 81-84).

Moderne frontfigurer i friluftslivsforskningen har også et lignende syn på friluftsliv og natur. "*Friluftsliv er en bestemt måte å forstå naturen på*" (Tordsson, 2000, s. 178). Tordsson mener at friluftslivet er noe "*aldeles merkelig og storartet*". Han sier at vi har grunn til å tro at tusener av mennesker har opplevd sine sterkeste og rikeste øyeblikk i det enkle livet i naturen. Han skriver også om opplevelsen i friluftslivet, som er noe som står sentralt i nordisk friluftslivstradisjon. Han skriver om friluftslivsopplevelsen, som handler om at vi møter naturen med sansene våre, og kommuniserer med naturen ved våre handlinger.

Som vi kan se har frontfigurene til norsk friluftsliv alltid vært tilhengere av å komme seg ut og møte naturen, bort fra folkemengdene, for å lære både om naturen og seg selv. For nordmenn generelt er det viktig med fred og ro når man er ute på tur, og dette kan være for å komme seg bort fra det stressende livet i byen. For å virkelig forstå naturen, og bli venn med den, må man likevel ifølge Faarlund ikke kun bruke den som skjønnhetsinntrykk og idrettsarena, men også være med i et deltakende og direkte møte.

2.5 Friluftsliv og teknologi

Hvis vi ser hvordan teknologien er gjeldende i dagens friluftsliv er det ikke lenger uvanlig å dra på tur med smarttelefon og andre teknologiske hjelpemidler. Dette er selvfølgelig avhengig av hva slags aktivitet man bedriver. Bruk av friluftslivrelaterte apper på smarttelefonen har blitt mer og mer vanlig i dagens friluftsliv, der applikasjoner for gps, kart, kamera og førstehjelp er noe av det som aktivt blir brukt (Statens Institutt for Forbruksforskning, 2012). Anvendelse av denne teknologien kan bli brukt både i

planleggingsfase, bruk under selve turen og som bruk i turevaluering for å fremme videre sikkerhet samt dokumentasjon fra turen.

Skepsisen til å blande teknologi opp mot friluftslivsutøvelse har vært stor tidligere. Dette kan man trekke ut i fra de tidligere frontfigurene for friluftsliv som har verdsatte det direkte møtet med naturen slik som beskrevet under kapittelet om friluftslivsopplevelsen. Det gikk fram av stortingsmeldingen fra 2001 at teknologien ikke burde erstatte de ferdighetene alle burde inneha for å ferdes trygt ute; "*avansert teknisk utstyr kan svikte og kan aldri erstatte grunnleggende evner og ferdigheter til å ferdes i naturen*" (Klima- og Miljødepartementet, 2001). Dette kommer også frem av Oftedal (2014) sin masteravhandling; "*Det enkle friluftslivet befatter at man ikke skal måtte være avhengig av avansert teknologisk utstyr for å ferdes i fjellet eller i skogen*" (Oftedal, 2014, s.45).

3 Metode

I dette kapitlet presenterer vi den vitenskapelige forskningsmetoden som ble brukt i dette prosjektet. Først vil det bli presentert hva metode i forhold til bachelor-oppgave er, før vi presenterer hvilken metode vi valgte å bruke, og hvorfor. Vi vil så forklare hvordan metoden ble brukt i praksis, og diskutere fordeler og ulemper som ble oppdaget underveis, før vi gir en begrunnelse for valg av informanter. Vi vil også kommentere de etiske vurderingene som ble gjort i dette prosjektet.

3.1 De to forskjellige metodene

Metode er en fremgangsmåte som brukes for å "*frembringe kunnskap eller etterprøve påstander som fremsettes med krav om å være sanne, gyldige eller holdbare*" (O. Dalland, 2012, s. 83). Disse metodene skiller hovedsakelig i to forskjellige hovedgrupper; den kvantitative og den kvalitative. Det er viktig at man velger problemstilling og forskningsspørsmål før man velger metode (Krumsvik, 2013). Dette er fordi metodene man benytter seg av, skal gi svar på forskningsspørsmålene, og man velger derfor den metoden som egner seg best til det. "*Som i all forskning bør gjenstanden bestemme metoden*" (Brinkmann, Tanggaard & Hansen, 2012, s. 26). De kvantitative metodene tar sikte på å omgjøre informasjon om til målbare enheter, som man videre kan bruke til å foreta regneoperasjoner, som å finne gjennomsnitt og prosent (O. Dalland, 2012). De kvalitative metodene er imidlertid opptatt av å fange opp meninger og opplevelser som ikke lar seg tallfeste, og tar sikte på nærhet til feltet, det særegne og helheten. Vi mener at forskningsspørsmålene våre best lar seg besvare ved å finne meninger og erfaringer hos våre objekter, og på bakgrunn av dette valgte vi kvalitativ metode.

3.2 Fokusgruppeintervju

Videre måtte vi ta valget mellom et en-til-en intervju og et gruppeintervju. Gruppesamtaler er egnet der formålet er å få informasjon om deltakernes holdninger, oppfatninger, reaksjoner og motivasjoner, der målet er å få et større spekter av ulike synspunkter, holdninger, erfaringer og fortolkninger fremfor detaljert og fyldig informasjon fra enkeltpersoner (Johannessen, 2010; Kvale, Brinkmann, Anderssen & Rygge, 2015). Derfor valgte vi å gjennomføre to fokusgruppeintervjuer.

3.3 Utvalg

Kvaliteten på utvalget kan ha mye å si for den eksterne validiteten (Nyeng, 2012). Denne oppgaven fokuserer på hvordan sosiale medier påvirker hvordan friluftslivsstudenter bedriver friluftsliv, og det var derfor selvsagt at det var nettopp denne typen studenter vi måtte intervju. Vi valgte å spørre friluftslivsstudentene som er på det andre året i sin bachelorutdanning. Måten vi gikk frem for å spørre om noen ville delta var ved at vi informerte om prosjektet i klassen, og forhørte oss om det var noen som ville delta. Ut ifra de som ville være med satte vi oss sammen og valgte ut den sammensetningen av personer som vi følte var mest gunstig for å få et representativt svar.

For å sikre oss at ikke alle studentene var like opptatt av å bruke sosiale medier i tur-sammenheng forhørte vi med et par av elevene om hvem som var mest, og minst, aktive. Dette gjorde at vi fikk respondenter fra alle typer strata, som igjen kan resultere et stort spekter med synspunkter (Nyeng, 2012). Det var også viktig for oss å ha en mest mulig lik fordeling av kjønn, og vi endte derfor opp med 5 jenter og 7 gutter.

Utvalget som vi har landet på, som er omtrent like mange gutter og jenter, samt at elevene har ulik bakgrunn innenfor bruk av sosiale medier betyr at vi ikke kan generalisere våre funn til den allmenne populasjon. Vår problemstilling handler om hvordan friluftslivsstudenters utøvelse innenfor friluftsliv blir påvirket av sosiale medier, og det vil vi påstå at den er representativt for. Dette er et strategisk utvalg i forhold til vår problemstilling (Larsen, 2012).

Vår informantgruppe studerer alle friluftsliv og er mellom 21 og 25 år gamle. De kommer fra forskjellige steder, med forskjellige tradisjoner i forhold til friluftsliv. De er forholdsvis godt kjent med hverandre, etter å ha gått i samme klasse i over ett år.

3.4 Intervjuguide og intervju

Intervjuguiden skal enten inneholde temaer som skal dekkes, eller en mer strukturert versjon der man har en liste med formulerte spørsmål (Kvale et al., 2015). I vår undersøkelse fant vi ut at vi ville benytte en semi-strukturert intervjuguide. "*Temaene vi ønsker belyst, er skrevet ned, men vi er ikke bundet til en bestemt rekkefølge*" (O. Dalland, 2012, s. 150). Fordelen med denne strukturen er at den gir rom for diskusjon rundt temaene, og at informantene også kan stille hverandre spørsmål underveis. Selv om man har laget en liste

med spørsmål som skal virke styrende for intervjuet, kan man likevel avvike fra disse når situasjonen tilsier det (Brinkmann et al., 2012). Dersom man ser at det objektene sier er interessant, kan man forfølge dette sporet. Hvis man har laget en god intervjuguide basert på kunnskap om temaet og de menneskene man skal intervjuer, vil ofte de temaene man hadde planlagt på forhånd dukke opp av seg selv. Før vi lagde intervjuguiden hadde vi laget forskningsspørsmålene våre, og utarbeidet intervju spørsmålene på bakgrunn av disse. Vi forsøkte å gjøre spørsmålene så nøytrale som mulig, for å unngå å påvirke objektene. Intervjuguiden ligger som vedlegg 1 nederst i oppgaven.

Det ble gjennomført to intervjuer med seks personer i hvert intervju. Under intervjuene ledet en av oss spørsmålene, mens den andre tok notater. *"Et vellykket fokusgruppeintervju er helt avhengig av at moderator og assistent samarbeider godt både om forberedelse, gjennomføring og bearbeiding av data fra intervjuet"* (O. Dalland, 2012, s. 166). Intervjuguiden ble ikke vist til objektene på forhånd, slik at de ikke kunne forberede svarene sine.

3.5 Transkribering og analyse

Etter intervjuene gjennomførte vi transkriberingen. Når man transkriberer fra lydopptak til tekst, mister man informasjon som stemmens nyanser, kroppsspråk og ansiktsspråk (O. Dalland, 2012). Derfor blir notatene gjort under intervjuet viktig for å bevare mest mulig av det som skjedde. Først transkriberte vi teksten ord for ord, før vi bearbeidet den til en mer skriftlig form. Vi valgte å skrive transkriberingen i bokmål. Vi har valgt å anonymisere identiteten til informantene, ettersom den ikke er relevant for oppgaven.

Etter transkriberingen startet vi med analysen. I analysen skal man dele opp intervjuet i mindre deler, og tematisere det som blir sagt (Brinkmann et al., 2012). Vi delte informasjonen fra intervjuene opp i forskningsspørsmålene våre, og fikk på den måten oversikt over det informantene våre mente om det vi lurte på. Vi fikk dermed en oversikt over hva informantene var enige og uenige om i forhold til de forskjellige temaene, og kunne starte med å undersøke dette opp mot teorien vi hadde lest på forhånd.

3.6 Validitet og reliabilitet

Hvis en oppgave har høy validitet betyr dette at den har en høy grad av relevans eller gyldighet (Larsen, 2012). Dette vil altså si at man har samlet inn data som oppgaven spør om, og at det har en nyttig verdi for samfunnet. En fordel med kvalitative undersøkelser, kontra kvantitative, er at man har muligheten til å foreta korrigeringer underveis. Hvis man for eksempel finner ut av nye momenter som man ikke har tenkt på under utbyggingen av intervjuet er det mulig å utforske dette i et intervju. Det er gjennom det frie intervjuet at nye tanker kommer frem omkring problemstilling, og man kan da eventuelt endre intervju spørsmål fra et intervju til et annet. Dette skaper mer valid informasjon i forhold til problemstillingen som blir etterforsket og er noe vi etterstreber i vår oppgave.

Reliabilitet handler om hvor nøyaktig undersøkelsen av problemstillingen har vært, samt hvor pålitelig den er (Larsen, 2012). En undersøkelse av en problemstilling kan være pålitelig hvis andre har undersøkt samme emne og har kommet frem til lignende svar. Innenfor problemstillingen som vi undersøker er det noen lignende oppgaver som har blitt publisert, men ingen innenfor akkurat samme. Dette gjør at vi må jobbe på andre måter for å få reliabilitet rundt oppgaven vår. Andre tiltak som kan bli gjort er at undersøkelsen blir gjennomført flere ganger og får tilnærmet like resultater. Dette er en av grunnene til at vi har valgt 6 personer per intervju, og 2 uavhengige intervju.

Det er også et moment at tolkning av informasjonen som blir generert gjennom intervju kan bli oppfattet på forskjellige måter avhengig av hvem som tolker intervjuet (Larsen, 2012). For å kompensere for ulikheten av tolkning som hver enkelt forsker kan ha for intervjuene vi har holdt valgte vi å diskutere oss imellom der vi har blitt enige om meningen bak utsagnene til informantene. Vi har også valgt å gjengi store sitater fra våre informanter, slik at leseren kan forstå hvordan vi har tolket utsagnene. Dette gir en høy grad av intersubjektivitet.

Nøyaktigheten av hvordan informasjonen blir behandlet er viktig for reliabiliteten (Larsen, 2012). En måte å holde på denne nøyaktigheten er å ikke blande sammen hvem som har sagt hva. Vi har kodenavn for hvem som sa hva underveis i intervjuet, der dette har blitt dobbeltsjekket. Som en sikkerhet var vi to som intervjuet, og dette gjorde at vi var to personer til å gjøre kodingsprosessen. Dette er med på å skape høyere reliabilitet.

Hvordan vår rolle påvirker intervjuet

Noen vil påstå at man kan bli begrenset i sitt utsyn om man har lest mye om emnet i forkant. Det blir påstått at dette kan gå utover forskerens nøytralitet og objektivitet (Brinkmann et al., 2012). Ifølge Brinkmann er dette en feilslått teori der de argumenterer med at ingen forskningsintervju er nøytrale. Intervjuet og det som er på dagsordenen er alltid bestemt av forskeren og skal være teoretisk begrunnet. Intervjueren bør heller etterstrebe å oppnå et åpent sinn og en "bevisst naivitet". Det er viktig at forskeren har omfattende kunnskap rundt emnet for å kunne stille de riktige spørsmålene. Dette har vi forsøkt å få til i vår oppgave.

3.7 Etikk og beskyttelse av personvernopplysninger

Når man skal gjennomføre et fokusgruppeintervju er det visse regler som man må følge. I forberedelsen til studiet sendte vi søknad til NSD om tillatelse til å sette i gang med prosjektet. Søknaden ble godkjent, og vi har fulgt NSD sine retningslinjer under hele prosjektet. Vedlegg 2 viser godkjennelsen av søknaden. Objektene ble i forkant gitt et informasjonsskriv der de ble informert om deres rettigheter i forhold til det praktiske rundt intervjuet. Informasjonsskrivet er vedlagt i oppgaven. Momentene som de ble informert om var bakgrunn og formål for intervjuet, hva deltakelsen innebar, hva som skjedde med informasjonen om dem og at deltakelsen var frivillig. Retten til å kunne trekke seg på hvilket som helst punkt ble også informert om, samt at alt skulle foregå anonymt.

En gjennomføring av et fokusgruppeintervju forutsetter at man følger personopplysningsloven. Denne loven har til formål å behandle personopplysninger på en slik måte at det ikke kan krenke dem (Justis- og Beredskapsdepartementet, 2000). I vår innsamling av data har vi valgt å holde alle opplysninger om personer anonymt og sitater fra intervjuene vil bare bli merket med kodenavn slik at de ikke kan spores tilbake til personene som kom med uttalelsene.

4 Resultat og diskusjon

I dette kapittelet skal vi presentere resultatene av analysen, og diskutere disse opp mot teorien vi presenterte tidligere i oppgaven. Vi deler kapittelet i tre, der hvert kapittel svarer på de underproblemstillingene vi har laget. Vi skal først se på om sosiale medier kan påvirke de to endringsprosessene i friluftslivet. Deretter vil vi se på hvordan sosiale medier kan påvirke identiteten til friluftslivsstudenter. Til slutt vil vi forsøke å finne ut hvordan friluftslivsopplevelsen påvirkes når man bruker sosiale medier på tur.

4.1 Endringsprosessene i friluftslivet

I dette kapittelet skal vi diskutere hvordan friluftslivet endres på grunn av sosiale medier. Dette har bakgrunn i Odden (2006) sin beskrivelse av demokratiserings- og differensieringsprosessene i friluftslivet, og vi skal undersøke om de sosiale mediene bidrar til disse prosessene, på bakgrunn av det våre informanter sier.

Demokratisering

Demokratisering er altså hvordan friluftslivet blir mer åpent for alle (Odden, 2006). Nora er ny i Sogndal, og beskriver hvordan hun brukte sosiale medier da hun flyttet hit:

Jeg bruker sosiale medier for eksempel for å finne inspirasjon til hvor det er fint å gå på tur, eller hvor folk har tatt noen fine bilder, da kan man jo søke på det. Jeg brukte det litt da jeg kom til Sogndal. Da var jeg her to uker før skolen startet, [...] så jeg søkte på noen hashtags om Sogndal, og området her, og så fant jeg noen fine bilder, [...] så jeg brukte det litt som inspirasjon om hvor det er fint å gå på tur

Elise er glad i å reise, og kjenner seg igjen i det Nora sier. Hun nevner en tur hun hadde til Island, der de brukte sosiale medier for å finne steder som ikke var så kjente turiststeder, og på den måten finne steder litt utenfor allfarvei. Hun beskriver at hun dermed fikk se spennende steder som hun aldri ville oppdaget uten sosiale medier. Dette viser at ved å bruke sosiale medier aktivt i planleggingen, finner studentene nye steder å gå på tur, og utvider dermed sin egen horisont. Det ser ut til at dette er spesielt aktuelt dersom de er på nye steder. På denne måten bidrar de sosiale mediene til å øke demokratiseringen, uten at man trenger økt fritid eller flere ressurser, slik man tidligere har sett (Odden, 2006).

Sosiale medier kan også hjelpe til for å finne tekniske løsninger på problemer i forskjellige aktiviteter. Dette kan også betegnes som en del av demokratiseringsprosessen, ved at

aktiviteter blir mer tilgjengelige for alle (Odden, 2006). Nils er en aktiv klatrer, som liker å reise verden rundt for å utfordre klatreferdighetene sine. Han sier at han bruker forskjellige filmplattformer, som Youtube, for å "se på forskjellige løsninger på klatreproblemer rundt om i verden". Ved å se på folk han kjenner, og folk som er profesjonelle, finner han ut hvordan han kan løse de forskjellige klatreproblemene. Han kan dermed trene spesifikt mot dette målet. Nils sier også at disse plattformene gjør ting mer tilgjengelig, og gjør at man kan "se nye opplevelser eller få inspirasjon til hvor man kan dra på tur".

Mathias er glad i å være på tur i det urørte, spesielt på ski når snøen kommer. Han bruker de sosiale mediene på en litt annen måte enn de andre. Når han ser at noen er på Togga, som er et kjent toppurfjell i Sogndal, bruker han denne informasjonen til å velge seg en annen topp med lignende snøforhold, slik at han kan få kjøre i urørt snø. På denne måten bruker han sosiale medier for å finne ut hvor han vil på tur, men på en litt annen måte.

Gjennom sosiale medier kan man også få kontakt med folk med samme interesser som seg selv. Dette har vi sett når det gjelder å komme seg ut for mosjon (A. Dalland, 2016). Nora sier: "*Man kan ta kontakt med de som har samme interesser som seg selv, så kan man få kontakt igjennom Instagram eller sosiale medier*". Nils finner også nye venner og bekjente gjennom klattermiljøet i forskjellige forum. Studentene finner altså nye bekjente gjennom sosiale medier, basert på felles interesser.

Sosiale medier kan også fungere som en umiddelbar motivator for å komme seg ut på tur (Hella, 2015). Emilie bekrefter dette:

Jeg synes liksom at det er gøy å se at nå er det noen ute som gjør noe, også synes jeg det er fint fordi de har det gøy, også kan man kjenne inspirasjon til at nå hadde det vært gøy å være ute på tur selv. Og gjøre noe med det

Det er tydelig at man kan bruke sosiale medier som inspirasjon til å komme seg ut på tur, og begge intervjugruppene våre mente at dette var positivt.

Med disse forskjellige måtene å bruke sosiale medier på ser vi at det åpner seg nye muligheter, både for nye steder å drive med aktiviteter og for å finne nye mennesker å drive disse aktivitetene med. De sosiale mediene ser ut til å drive demokratiseringsprosessen videre, uten at de faktorene som Odden (2006) mener er viktige for disse prosessene

fortsetter. På denne måten kan vi si at sosiale medier er med på demokratiseringen av friluftslivet.

Differensiering

Differensiering er den andre endringsprosessen man kan se i det norske friluftslivet, og handler om hvordan vi har fått mer spesialisering, og hvordan vi har fått gjenskapt skiller fra det tidlige moderne friluftslivet (Odden, 2006).

Det kan se ut som sosiale medier kan bidra til enda mer spesialisering. Sebastian er en ivrig syklist, og beskriver en applikasjon som brukes mye av syklister:

Strava, det er liksom å, det er "basically" en GPS da, sånn at du teller hvor mange høydemeter du har, hvor fort du sykler, hvor fort du gjør det og, hvor mye da. Sånn at når du kommer til nyttår da så kan du poste: så mange kilometer har jeg syklet, løpt, osv

Videre bruker man denne applikasjonen til å slå egne eller andres rekorder i forskjellige traseer, og for å dele på sosiale medier hvor du har vært samt hvor lang tid du har brukt. Dette trenger ikke bare å være positivt. Sebastian beskriver en trend som foregår i sykkelmiljøet på Kaupanger, der det har vært problemer mellom blant annet syklister og turgåere. Noen syklister som ser at de har mulighet til å slå en rekord velger å "peise på" for å klare dette, uten å ta hensyn til andre brukere av skogen. Dette har surnet forholdet mellom syklister og turgåere, og er en medvirkende årsak til at en del av grunneierne i området er imot sykling. På denne måten bidrar de sosiale mediene til differensiering, ved at de sosiale skillene kan øke ved denne bruken, slik vi har sett at de har en tendens til å gjøre med de nye og mer moderne aktivitetene (Odden, 2006). Applikasjoner som Strava er bare en av mange applikasjoner friluftslivsstudentene beskriver at de benytter seg av. Dette er en forandring fra tidligere tider der man brukte lite teknologi på turer, mot i dag, hvor man alltid har med seg mobil, gps osv. på tur (Oftedal, 2014).

En av grunnene til differensieringen i friluftslivet er fritidsmarkedets evne til å skape nye behov når det gjelder utstyr og klær, og på den måten skaper nye former for aktiviteter (Odden, 2006). Mathias oppsummerer studentene sitt syn på dette på en fin måte:

Man har jo lyst på det nyeste og det beste. Og i hvert fall når man ser profesjonelle utøvere legge ut bilder og video og skryter av at de har fått nye ski fra sponsor som er

veldig bra så har man lyst på det nye utstyret som proffene bruker. Og da har markedsfører oppnådd det han vil, at man selger produktet sitt

Her ser vi at utstyrsprodusenter bruker sosiale medier aktivt gjennom profesjonelle utøvere, for å skape publisitet, og på den måten selge produktet sitt. Emilie ser på dette som et problem:

Det er jo ikke helt bra heller, for da sitter jo de der som egentlig ikke har vært så mye på tur og bare sånn, okei jeg må ha den, å ja du har den bedre versjonen enn meg, okei, sånn, og det kan fort bli et jagg, at det på en måte aldri bli bra nok før du til slutt har det beste av alt

Studentene mener at utstyrspresset er så høyt at folk kjøper for å ikke bli utelatt fra resten av gjengen. Dette kan skape en differensiering i det de som ikke har midler til å kjøpe disse produktene må velge noe annet, og på den måten ikke har råd til å drive med disse aktivitetene.

Basert på det vi har hørt under våre intervjuer vil vi påstå at sosiale medier kan være med på å forsterke både demokratiserings- og differensieringsprosessene i friluftslivet. Gjennom å gjøre informasjon mer tilgjengelig, og gjøre det enklere å få kontakt med hverandre, er mulighetene for å bedrive aktiviteter større. Samtidig øker utstyrspresset, og aktivitetene preges av enda mer spesialisering enn tidligere, takket være sosiale medier.

4.2 Identitet

I dette kapittelet skal vi se på hvordan sosiale medier kan være med å forme identiteten til friluftslivsstudenter. Vi skal sammenligne uttalelsene fra studentene våre med Tordsson (2010) og Giddens (1991) teori om identitet.

Identitet

Prosjektet med å bygge sin egen identitet stopper aldri, det er derfor et refleksivt prosjekt. Det som derimot endres er de forskjellige måtene vi velger å utvikle vår identitet på. I løpet av det siste tiåret har vi sett en stor økning i antall Instagram, Facebook og Snapchat-brukere. Friluftslivsbilder er noe som hyppig blir lagt ut, spesielt blant unge brukere. Nora er veldig glad i å oppholde seg i naturen, og det virket som om hun hadde gjort seg opp ganske dype tanker rundt det å legge ut bilder på sosiale medier. Da hun ble spurt om hva slags bilder hun pleier å publisere fikk vi dette svaret:

Men man legger jo gjerne bare ut det man vil at andre folk skal se, man lager liksom sin egen lille boble, dette er det jeg vil at andre folk skal tenke om meg, at når jeg legger dette her ut så er det fordi jeg gjerne vil at folk skal tenke at jeg er et skikkelig friluftsmenneske, eller at jeg er den typen som klatrer masse, man prøver å skape en identitet, igjennom de bildene man legger ut.

Det var ikke alle som hadde tenkt denne tanken for hvorfor man legger ut de bildene man gjør, men de fleste studentene sa seg enig i dette. Nora fikk satt ord på et viktig moment når det kommer til hvor man velger å dra på tur, og kanskje noe om hensikten bak (Giddens, 1991). Selv om ikke alle er bevisst på at de prøver å skaffe et image igjennom å publisere bilder så er dette en realitet for samtlige (Tordsson, 2010).

Mange av inntrykkene til studentene vi intervjuet var også at de som la ut mest bilder fra turer, såkalte glansbilder, ikke nødvendigvis var de som koste seg mest på tur. De følte mer at det handlet om å fremstå som en person som det forbindes status med å være. Folk pynter altså på sitt image med å fremstå som friluftslivsmennesker. Et eksempel som elevene trakk frem fra dette er der personer tar med seg vanlige klær for å skifte på toppen: *"og de tar med seg fine klær som de skifter til på toppen for at det skal bli et bedre bilde, så tar de bilder med converse på toppen i lofoten liksom"* (Elise). Ved å skape et image gjennom friluftslivet kan vi fremstå som den personen vi ønsker å være (Giddens, 1991; Tordsson, 2010). Dette imaget kan være en inngangsport til å være sammen med personer som har samme holdninger som seg selv. For utviklingen av identitet er relasjoner med andre mennesker viktig, og da spesielt sammen med de «signifikante andre».

Et annet eksempel som ble trukket frem var et scenario der en gruppe er på tur i dårlig vær. Underveis på turen er alle nedstemte, grinete og det virker som om de ikke har veldig stor glede av å være på tur. Når de kommer til toppen blir det fint vær i 2 minutter, og man knipser da et par glansbilder og fremstiller turen som om den var perfekt og alle hadde det veldig gøy. Dette er et eksempel på hvordan vi utvikler et image ovenfor andre, der det indre og det ytre ikke nødvendigvis stemmer overens i forhold til identiteten vår (Tordsson, 2010). Målet med turen er ikke nødvendigvis det samme. Personer finner motivasjon for å komme seg ut på forskjellige måter. Måten de rettferdiggjør ovenfor seg selv å dra ut på tur må følge kontinuiteten i livet til hver enkelt.

Andrea har mest erfaring med basisfriluftslivet, og etter hun kom til Sogndal har hun fått teste hvilke typer friluftsliv hun liker, samt hva hun ikke liker så godt. Da hun la ut et bilde fra en bre-tur fikk hun veldig god respons på dette på Instagram. Som beskrevet under følte hun at hun fikk positiv respons på Instagram, samtidig som hun følte at bre-turer ikke var noe for henne. Det kan være vanskelig å finne en logisk forklaring ovenfor seg selv dersom hun skulle dratt på bre-tur igjen, ettersom hun fikk positiv tilbakemelding på Instagram, men samtidig ikke likte selve aktiviteten selv. Når man ved grunnleggende psykologi skal forklare hvordan sosiale medier har blitt så aktuelt som det er i dag kan vi ut i fra det kommende sitatet fra Andrea trekke ut sosiale aksept og annerkjennelse som stikkord (Tajfel, 1974; Tordsson, 2010).

Ja, men altså jeg tror at det gjør det bare vanskelig å finne inn til sin egen kjerne av hvem man faktisk er, fordi du hele tiden blir så opptatt av hvordan andre reagerer på de tingene du gjør, istedenfor å faktisk finne ut om det er dette jeg har lyst til (...), f.eks hvis du går på bre, det synes jeg var veldig skremmende, så hvis jeg legger ut et bilde fra det og får veldig mange likes, så vet jeg ikke helt om jeg vil, eller det blir et spørsmål om jeg vil legge ut et bilde av det igjen, og gå på bre igjen, for å få likes. For jeg har ikke lyst å gå på bre igjen (Andrea).

Sindre ble spurt om hvorfor han valgte å ikke legge ut like masse bilder som de andre fra turene sine. Han hadde tidligere sagt at han gjerne ville legge ut flere bilder, men at han ikke gjorde det. Svaret hans på spørsmålet var dette: "Jeg vil ikke være den personen jeg blir irritert på, så det jeg ellers må begynne å gjøre på er å legge ut andre type bilder og da, og i tillegg friluftslivbilder" (Sindre). Sindre, og flere av de andre studentene som kom med lignende svar er veldig bevisst på at de ikke vil legge ut flere natur-bilder enn hva de føler er naturlig for dem. Dette handler om hvordan de vil bli oppfattet igjennom sosiale medier og at de streber med å få det ytre og det indre bildet av seg selv til å stemme, samt å kunne få aksept fra andre (Tajfel, 1974; Tordsson, 2010).

Vår bruk av sosiale medier er en måte å utvikle selvidentiteten vår og friluftsliv er et av feltene vi kan gjøre det innenfor. Det må også nevnes at det er et ettertraktet felt å bli assosiert med, samtidig som naturen står i stor kontrast til våre byer der man er fanget i det kulturelle. Det kulturelle blir selvfølgelig tatt med ut i naturen, men forskjellen blir at naturen ikke stiller noen krav til den som beveger seg i den. Dette er kanskje noen av grunnene til at denne trenden med sosiale medier og friluftsliv har blitt så stor. Det virker

som om studentene vi har intervjuet i stor grad er bevisst på sine egne vaner, og at de har gjort seg opp en mening rundt hvordan de aktivt bruker sosiale medier i sitt reflekssive identitetsprosjekt.

4.3 Friluftslivsopplevelse

I dette kapittelet skal vi undersøke om sosiale medier endrer opplevelsen friluftslivsstudentene har når de er ute i naturen. Som vi har sett har det gjennom historien vært klare likhetstrekk i synet på natur og friluftslivsutøvelse mellom de ulike frontfigurene i friluftsliv (Faarlund, 1979a; Tordsson, 2000; Nansen, 1921). De har også kritisert den gjennomsnittlige nordmann for måten de går ut i naturen for å finne ny energi til bylivets mas, uten å lære seg naturen å kjenne, eller å bli venn med den. De mener at for å få de beste opplevelsene i friluftslivet, må man møte den med alle sanser, kommunisere med den, og la den kommunisere med oss. Vi vil se om sosiale medier kan gjøre noe med disse naturopplevelsene.

Under intervjuene fant vi ut at alle har med seg mobiltelefon på tur. Den blir brukt både som en del av sikkerhetsrutinene, og til å ta bilder og kommunisere med omverdenen. I forhold til å ha med mobiltelefonen som sikkerhet, er dette noe som har blitt viktigere i senere tid, hvor man tidligere mente at man skulle klare seg selv i naturen (Ofstedal, 2014). Dette er noe som også blir tatt opp av Nils, som mener at man skal velge seg tur etter evne, slik at man ikke trenger å være avhengig av mobiltelefon som redningsutstyr.

Elise er som vi har sett glad i å ta bilder: *"Ja, jeg har alltid telefonen min med, og jeg tar veldig mange bilder, ja, både på Snapchat og vanlige bilder"*. Bildene bruker hun både umiddelbart for å sende til venner på Snapchat, og i ettertid for å dele på Instagram. Grunnen til at studentene deler disse bildene har vi sett har mye med identitet å gjøre. Dette oppsummerer Rune bra ved å si *"Noen har lyst til å dra på tur for turens skyld, noen har lyst til å dra på tur for å vise til andre at de har vært på tur, eller for å ta et kult bilde"*.

Våre informanter har en ganske klar mening når det gjelder bruken, og spesielt overdreven bruk av sosiale medier på tur. Andrea snakker om at det er viktig å finne en balanse mellom det å kommunisere med omverdenen, og det å faktisk oppleve det som skjer rundt deg:

Det her med at du tar bilder hele tiden, du tar en film hele tiden, det gjør jo at du nettopp ikke lenger er tilstede i nuet, men blir mer opptatt av at det skjer inne på den her lille skjermen. Så det handler om å finne en veldig fin balanse

Dette går igjen i begge intervjuene, og det er tydelig at friluftslivsstudentene mener at for å få en autentisk opplevelse av naturen og friluftslivet, må man klare å legge fra seg telefonen. "Du kan jo like gjerne se hvor fin utsikten er da, istedenfor å se på naboen som akkurat tok et bilde av utsikten. ja, det handler om å kunne klare å være tilstede der man er" (Nils). Denne uttalelsen har klare likhetstrekk med det Nansen sier om å komme seg bort fra den larmende folkemengden og få nye inntrykk fra naturen (Nansen, 1921).

Sindre mener at for å få en god friluftslivsupplevelse er det viktig å kunne legge fra seg telefonen, og å være tilstede der man er, sammen med de som er der. Det virker som om mobilbruken og de sosiale mediene kan ta over sosiale sammenhenger, noe som betyr mye for våre informanter. På denne måten handler også friluftslivet om å komme seg bort fra hverdagen hvor alle er på sosiale medier hele tiden, og ut i naturen der man ikke trenger det, litt på samme måte som Nansen (1921) brukte naturen til å komme seg bort fra de store folkemengdene. Idet noen tar opp mobilen, så kan det ødelegge litt av stemningen i gruppa.

Hvis du sitter å tar bilder av det vi gjør sammen, så er det andre du heller vil dele den opplevelsen med enn meg. Så istedenfor å sitte å dele det og kikke på det sammen med meg, så vil du heller vise den til dine andre beste venner (Sindre)

Det sosiale aspektet ved friluftsliv virker ikke å være så viktig for de personene vi beskrev i teoridelen (Faarlund, 1979a; Tordsson, 2000; Nansen, 1921), men for våre informanter virker det å være en viktig del av friluftslivet. Dette er også Andrea enig i:

Men det kan være en bekymring, for det er jo noe folk bruker veldig mye til daglig, og det er veldig mange som sitter hele tiden og skal sjekke Insta, eller skal sjekke Snapchat eller noe. Så det kan være noe man tar med ut på turen, og da blir jeg irritert, for da er de ikke lenger tilstede i den turen vi er på sammen, som en gruppe

Elise er som sagt glad i å ta bilder. Noen av disse legger hun ut på Instagram etter turen. For Elise er det viktig at disse bildene er autentiske, og viser det hun holder på med, om enn på en noe overdreven positiv måte. Noe som skaper mye engasjement i intervjuet vårt var denne uttalelsen fra Sindre:

Det er jo de folka som tar masse bilder på tur, og på forskjellige steder på turen og sånn, så da lagrer de mange bilder da, og så kan de legge ut et bilde akkurat når de

har vært på tur, også kan de vente noen uker, så legger de ut ert bilde til fra samme turen, også virker det som de har vært på tur da, og at de er på tur hele tiden

Hele gruppen var enig i dette utsagnet, og dette var noe som irriterte dem. Det virker å være viktig at det de ser på sosiale medier er autentisk og sant.

For Nansen var det viktig å gå ut i naturen, bort fra menneskene, for å få inntrykk fra viddene og det store rom. Nils har et lignende syn på naturen:

Man kan nesten kalle det å flykte fra virkeligheten, men man går jo kanskje egentlig inn i det som er mer virkelig, når man går ut av dekning og sosiale medier. Med å komme til noe det faktisk er ekte inntrykk du sitter med, og at ikke alt kommer gjennom telefonen og andres bilder og andres opplevelser, men du må selv gå ut for å se.

Ved å gå inn i naturen uten mobil, mener han at man sitter igjen med ekte inntrykk, og på den måten får en bedre friluftslivsopplevelse. Dette er i tråd med det både Nansen (1921), Faarlund (1979) og Tordsson (2000) mener skal til for å få en god opplevelse i naturen.

Uansett hva man mener om sosiale medier i friluftslivet, så ble informantene i begge våre intervjuer enige om at folk må få lov til å gjøre som de vil, og nyte naturen på den måten de vil. De påpeker at friluftslivet har blitt en trend, og at dette er en god trend, i form av at folk får lyst til å være ute i naturen.

Alle informantene våre har med seg mobil, både av sikkerhetsårsaker, og for å bruke den til å ta bilder. Friluftslivsstudentene mener at for at de sosiale mediene ikke skal ta over for friluftslivsopplevelsen, er det viktig å finne en balanse mellom det å bruke mobilen, og det å være tilstede i naturen. For å få de beste opplevelsen mener de at man må klare å legge bort mobilen, og oppleve naturen med alle sanser. Samtidig må folk få nyte friluftslivet på den måten de vil, enten det er med eller uten sosiale medier.

5 Konklusjon

I denne oppgaven har vi intervjuet 12 friluftslivsstudenter i et forsøk på å finne svar på om sosiale medier påvirker friluftslivsutøvelsen deres. Vi delte oppgaven inn i tre under-spørsmål som handlet om endringsprosessene i friluftslivet, identitet og friluftslivsopplevelsen.

I forhold til endringsprosessene i friluftslivet har vi funnet ut at de blir påvirket av sosiale medier. Informasjonsflyten som de sosiale mediene har brakt med seg fører til at stadig flere får muligheten til å komme seg ut på tur, og at man finner nye steder å dyrke interessene sine på. Samtidig fører denne synligheten til at man blir enda mer selvbevisst, og at utstyrspresset er på et høyt nivå. Dette fører igjen til at de som har begrensede midler ikke kan holde på med alle de nye aktivitetene som krever spesialtilpasset utstyr.

Identitet koblet opp mot friluftsliv er noe som har stått sterkt for mange nordmenn i lang tid. Det er først i nyere tid at vi har fått en personlig global plattform der vi kan dele våre naturopplevelser på en enkel måte. Det går klart av intervjuene at sosiale medier aktivt blir brukt for å utvikle identitet, enten det er bevisst eller ubevisst. Det går også frem av intervjuene at det foreligger en identitetskonflikt når man får masse oppmerksomhet for bilder som virker "mainstream", og at dette kan ha påvirkning på hvordan vi bedriver friluftsliv. Det virker som om vi blir oppmuntret igjennom sosiale medier til å ta spesifikke bilder og å dra på spesifikke turer, fordi det er det vi får best respons på. I hvor stor grad denne påvirkning har noe å si for hvordan vi velger å utøve friluftsliv er fortsatt uvisst, men det foreligger en stor sannsynlighet for at det har noe å si.

Friluftslivsopplevelse er en subjektiv faktor som er vanskelig å si noe presist om. Etter å ha lest oss opp på noen av frontfigurene innenfor friluftslivet de siste 100 årene har vi likevel klart å finne visse likhetstrekk. Dette dreier seg om å dra ut i naturen for å oppleve den med alle sansene, og å prøve å lære den å kjenne, slik at man blir en venn av naturen.

Friluftslivsstudentene vi har intervjuet virker å ha mye av de samme verdiene. For dem er det viktig å være tilstede i øyeblikket. De mener at de sosiale mediene kan ødelegge dette, ved at mobilen tar bort fokuset fra det som er viktig. Våre informanter ser også viktigheten av å ha ekte sosiale øyeblikk ute i naturen. Det er viktig å kunne sitte rundt bålet å snakke, uten at man sjekker Instagram hele tiden. De setter pris på å komme ut i naturen, der de kan

slippe unna det å være tilgjengelig hele tiden. På denne måten bruker de naturen som en slags flukt fra virkeligheten, som de endrer til å være en flukt inn i det som kanskje er mer virkelig. Samtidig er det viktig å nevne at alle har en frihet til å bedrive friluftsliv på sin egen måte, enten med eller uten sosiale medier.

Vi har i denne oppgaven funnet ut at sosiale medier kan ha en påvirkning på friluftslivet i flere forskjellige aspekter. Det er flere grunner til dette. Sosiale medier får informasjon til å gå raskere enn tidligere. De gjør også at man får en plattform å utvikle sin egen identitet på. I tillegg kan den endre hvordan man utøver, og dermed opplever friluftslivet.

Videre forskning

Sosiale medier er et relativt nytt fenomen, som utvikler seg i et svært høyt tempo. I forhold til friluftsliv og sosiale medier er det lite eksisterende forskningsprosjekter, og det er mange aspekter som kunne vært interessant å forske videre på. Dette gjelder både hvordan friluftslivsopplevelsen påvirkes, og hva de sosiale mediene gjør med identiteten til både ungdom og voksne i forhold til friluftsliv. Vi har kun intervjuet 12 personer, og det kan være interessant å spørre en større gruppe, samt andre enn friluftslivsstudenter.

Litteraturliste

- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Bakke, I. L. (2013). Går nye veier for å få unge ut på tur. Hentet fra <https://www.dnt.no/artikler/nyheter/191-gar-nye-veier-for-a-fa-unge-ut-pa-tur/>
- Breivik, G., Løvmo, H. & Setreng, S. K. (1978). *Friluftsliv fra Fridtjof Nansen til våre dager : et utvalg*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Brinkmann, S., Tanggaard, L. & Hansen, W. (2012). *Kvalitative metoder : empiri og teoriutvikling*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Dalland, A. (2016). Motiverer tusenvis til å trene gjennom sosiale medier. *NRK*, Hentet fra <https://www.nrk.no/hordaland/motiverer-tusenvis-til-a-trene-gjennom-sosiale-medier-1.12879440>
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving for studenter* (5. utg. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Faarlund, N. (1979a). La naturen leve! *Folkehøgskolen, 75*, s. 81-84.
- Faarlund, N. (1979b). Vennskap forplikter. *Mestre fjellet, 27-28*
- Farbrot, A. (2011). Fem dilemmaer i sosiale medier. *forskning.no*, Hentet fra <https://forskning.no/etikk-internett-kommunikasjon/2011/06/fem-dilemmaer-i-sosiale-medier>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity press.
- Hella, A. (2015, 22.06.2015). Sosiale medier får oss ut på tur. Hentet 22.06.2015 2015 fra <https://www.ut.no/artikkel/1.12411826/>
- Horgen, A. (2016). *Ute! : friluftsliv : pedagogiske, historiske og sosiologiske perspektiver*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ipsos. (2017). Sosiale medier tracker April- Juni 2017. Hentet 02.10.2017 2017.
- Johannessen, A. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (4. utg. utg.). Oslo: Abstrakt.
- Justis- og Beredskapsdepartementet. (2000). Personopplysningsloven.
- Krumsvik, R. J. (2013). *Innføring i forskningsdesign og kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforl.

- Klima- og Miljødepartementet. (2001). Friluftsliv - Ein veg til høgare livskvalitet. Stortingsmelding nr. 39.
- Klima- og Miljødepartementet. (2016). Friluftsliv, Stortingsmelding nr. 18.
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M. & Rygge, J. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg., 2. oppl. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kvittingen, I. (2017). Ensomme og mye på sosiale medier. *forskning.no*, Hentet fra <https://forskning.no/kultur-media-samfunn-barn-og-ungdom-internett-sosiale-relasjoner/2017/03/unge-voksne-ensomme-mye-sosiale-medier>
- Larsen, A. K. (2012). *En enklere metode: Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Mahmoud, M. & Mohammadreza, M. (2012). Identify the Success Factors of Social Media (Marketing Perspective). *International Business and Management*, 4(2)
- Medienorge. (2010). Sosiale medier - et overblikk, Hentet fra http://medienorge.uib.no/files/nyhetsbrev/2010/Sosiale_Medier_2010-2.pdf
- Miljøverndepartementet. (2009). *Naturopplevelse, friluftsliv og vår psykiske helse : rapport fra det nordiske miljøprosjektet "Friluftsliv og psykisk helse"*. Oslo: Miljøverndepartementet Nordisk ministerråd.
- Nansen, F. (1921). Friluftsliv.
- Nyeng, F. (2012). *Nøkkelbegreper i forskningsmetode og vitenskapsteori*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Odden, A. (2006). Endringer og stabilitet i norsk ungdoms friluftslivsutøvelse 1970-2004. *Rapport fra konferansen Forskning i friluft 2005*, s. 68-87.
- Odden, A. (2008). *Hva skjer med norsk friluftsliv? : en studie av utviklingstrekk i norsk friluftsliv 1970-2004* Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Fakultet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse, Geografisk institutt, Trondheim.
- Oftedal, H. (2014). *Hvordan påvirker dagens bruk av informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) den individuelle sikkerheten i friluftsliv* Universitetet i Stavanger, Stavanger.
- Statens Institutt for forbruksforskning. (2012). Smarttelefon og bruk av mobilbaserte tjenester blant norske forbrukere. *SIFO-survey*.

Tajfel, H. (1974). Social Identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13,
Hentet fra
<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/053901847401300204?journalCode=sia>

Tordsson, B. (2000). *Om friluftsliv som naturforståelse og om friluftslivets egenart*. I: Kolstad, H (red). *Har fjellet ansikt? : naturfilosofiske essays*. S.l.: Naturfilosofisk seminar.

Tordsson, B. (2010). *Friluftsliv, kultur og samfunn*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Vedlegg

Intervjuguide

Bakgrunnsinformasjon

Hvor kommer dere fra, og hvor mye erfaring har dere med friluftsliv?

I forkant av turen

Hvordan planlegges en tur? Bruker dere sosiale medier?

Hvor finner dere inspirasjon til å holde på med aktivitetene deres?

Underveis på turen

Har dere med telefonen på tur? Hva brukes den til?

Tar dere bilder på turen? Hva brukes disse til?

Hvordan opplever dere andres bruk av sosiale medier på tur?

Hvordan påvirkes friluftslivsopplevelsen av mobilbruk og bruk av sosiale medier på tur?

Hvordan er det å være på tur der man ikke har dekning, altså ikke mulighet til å være på internett?

Etter turen

Hva brukes bildene til i etterkant av turen?

Legges de ut på sosiale medier?

Generelt

Hva skal til for å få en god friluftslivsopplevelse?

Kan sosiale medier åpne for nye muligheter innenfor friluftsliv? Hvilke?

Kan sosiale medier begrense muligheter innenfor friluftsliv? Hvilke?

Hvordan opplever dere markedsføring på sosiale medier?



Vegard Vereide

6856 SOGNDAL

Vår dato: 19.10.2017

Vår ref: 56206 / 3 / STM

Deres dato:

Deres ref:

Forenklet vurdering fra NSD Personvernombudet for forskning

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 26.09.2017.
Meldingen gjelder prosjektet:

<i>56206</i>	<i>Sosiale mediers påvirkning på friluftslivsstudenter i Sogndal</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Høgskulen på Vestlandet, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Vegard Vereide</i>
<i>Student</i>	<i>Håvard Skogesal</i>

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet med vedlegg, vurderer vi at prosjektet er omfattet av personopplysningsloven § 31. Personopplysningene som blir samlet inn er ikke sensitive, prosjektet er samtykkebasert og har lav personvernulempe. Prosjektet har derfor fått en forenklet vurdering. Du kan gå i gang med prosjektet. Du har selvstendig ansvar for å følge vilkårene under og sette deg inn i veiledningen i dette brevet.

Vilkår for vår vurdering

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet
- krav til informert samtykke
- at du ikke innhenter [sensitive opplysninger](#)
- veiledning i dette brevet
- Høgskulen på Vestlandet sine retningslinjer for datasikkerhet

Veiledning

Krav til Informert samtykke

Utvalget skal få skriftlig og/eller muntlig informasjon om prosjektet og samtykke til deltakelse.

Informasjon må minst omfatte:

- at Høgskulen på Vestlandet er behandlingsansvarlig institusjon for prosjektet
- daglig ansvarlig (eventuelt student og veileder) sine kontaktopplysninger
- prosjektets formål og hva opplysningene skal brukes til

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

- hvilke opplysninger som skal innhentes og hvordan opplysningene innhentes
- når prosjektet skal avsluttes og når personopplysningene skal anonymiseres/slettes

På nettsidene våre finner du mer informasjon og en veiledende mal for [informasjonsskriv](#).

Forskningsetiske retningslinjer

Sett deg inn i [forskningsetiske retningslinjer](#).

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endrings skjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 15.12.2017 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av personopplysninger.

Gjelder dette ditt prosjekt?

Dersom du skal bruke databehandler

Dersom du skal bruke databehandler (ekstern transkriberingsassistent/spørreskjemaleverandør) må du inngå en databehandleravtale med vedkommende. For råd om hva databehandleravtalen bør inneholde, se [Datatilsynets veileder](#).

Hvis utvalget har taushetsplikt

Vi minner om at noen grupper (f.eks. opplærings- og helsepersonell/forvaltningsansatte) har [taushetsplikt](#). De kan derfor ikke gi deg identifiserende opplysninger om andre, med mindre de får samtykke fra den det gjelder.

Dersom du forsker på egen arbeidsplass

Vi minner om at når du [forsker på egen arbeidsplass](#) må du være bevisst din dobbeltrolle som både forsker og ansatt. Ved rekruttering er det spesielt viktig at forespørsel rettes på en slik måte at frivilligheten ved deltakelse ivaretas.

Se våre nettsider eller ta kontakt med oss dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Vennlig hilsen

Marianne Høgetveit Myhren

Siri Tenden Myklebust

Kontaktperson: Siri Tenden Myklebust tlf: 55 58 22 68 / Siri.Myklebust@nsd.no

«Sosiale mediers påvirkning på friluftslivsutøvelsen blant friluftslivsstudenter i Sogndal»

Bakgrunn og formål

Formålet med denne studien er å finne ut hvordan sosiale medier kan påvirke friluftslivsutøvelsen blant friluftslivsstudenter i Sogndal. Dette er en bacheloroppgave som utføres ved Høgskulen på Vestlandet, campus Sogndal. Du er spurt om å delta fordi du studerer friluftsliv på Høgskulen, og er dermed interessant for undersøkelsen.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Deltakelse i studien innebærer å delta på et intervju som vil vare i omtrent en time. Spørsmålene vil omhandle dine turvaner, og hvordan du planlegger dine turer. Dataen som samles inn vil registreres som lydopptak, og lagres på datamaskin.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Det er kun prosjektgruppen, som er to studenter og en veileder, som vil ha tilgang til opplysninger. Personopplysningene lagres adskilt fra øvrige data. Du vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjonen.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 15. Desember 2017. Da vil all data slettes.

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt.

Frivillig deltakelse

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

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med:

Håvard Skogesal på tlf. 41692452 eller mail: havardss@hotmail.com

Vegard Vereide på tlf. 91580573 eller mail: Vegard.Vereide@hvl.no

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD - Norsk senter for forskningsdata AS.

Samtykke til deltakelse i studien

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)