



BACHELOROPPGAVE

Teknologi i friluftsliv

Technology in outdoor activities

En kvalitativ forskning på hvordan teknologien motiverer mennesket til å drive det tradisjonelle friluftsliv.

Kandidatnummer 419: Marius Kongsteien Bøe

Kandidatnummer 416: Curt Mo Vik

ID3-322

Friluftsliv, bachelorstudium

Veileder: Tom Lund

14.12.2018

Vi 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

I denne oppgaven ser vi nærmere på hva en applikasjon kan ha å si for motivasjonen hos aktive vandrere i naturen. Vi er to friluftslivstudenter med interesse for vandring i naturen. Oppgaven er skrevet i forbindelse med bachelorstudiet vi går på ved Høgskolen på Vestlandet (HVL). Friluftsliv er en del av avdeling for lærer og idrett på HVL, campus Sogndal.

Temaet vi har valgt å skrive om er teknologi og friluftsliv. Dette er veldig aktuelt i sammenheng med kommentarer i medier om at friluftsliv er blitt en arena for å se bra ut, fremfor å nyte naturen. Bacheloroppgaven har vært lærerik, spennende og gitt oss mye innsikt i hva teknologi kan ha å si for friluftsliv.

Vi vil takke vår veileder Tom Lund, med god hjelp og gode tilbakemeldinger.

Innholdsliste

Forord	2
Innholdsliste	3
Sammendrag	5
Abstract	6
1 Innledning.....	7
1.1 Problemstilling	8
2 Teori	9
2.1 Friluftsliv i endring.....	9
2.2 Friluftsliv og teknologi.....	10
2.3 Motivasjon gjennom konkurranse	11
2.4 Skape motivasjon for det tradisjonelle	12
2.5 Det sosiale aspektet	13
2.6 Postkasse trimmer	14
3 Metode.....	16
3.1 Hva er metode?.....	16
3.2 Postkasetrimmen.....	16
3.3 Informanter	17
3.4 Arena	18
3.5 Intervju	19
3.6 Tolk og analyse	20

3.7 Forskningsetikk	20
3.8 Relabilitet og validitet	21
4 Resultat og drøfting	23
4.1 Valg av turer	23
4.2 Smarttelefon på tur	25
4.3 Spre motivasjon	26
4.4 Opparbeiding av digital identitet	27
4.5 Motivasjon gjennom konkurranse	28
4.6 Motivasjon gjennom seg selv	29
4.7 Sosiale aspekter	31
5 Avslutning	32
Videre forskning	32
6 Litteraturliste	33
7 Vedlegg	36
Intervjuguide	36
Meldeskjema fra NSD	38
Samtykkeskjema for intervju	39

Sammendrag

I denne bacheloroppgaven undersøker vi om en applikasjon kan ha noe å si for motivasjonen hos aktive vandrere i et lokalt område. Synkende rekruttering til tradisjonelt norsk friluftsliv som vandring i nærmiljøet, har fått oss til å se på om en applikasjon på smarttelefonen kan være med å bremse utviklingen.

Teori som vi har brukt i oppgaven vår handler hovedsakelig om motivasjon, både ytre og indre. Mesteparten av teorien er hentet fra Norge og handler mye om hvordan vi mennesker finner motivasjon og hva som motiverer oss. Videre i teorien har vi tatt med potensiale til teknologi i friluftsliv og hva identitet har å si for motivasjon.

Vi har valgt å bruke kvalitativ metode for å få frem synspunktene og meningene rundt temaet. Dette var naturlig for oss da vi vil se dypere hvordan applikasjonen *Postkassetrimmen* påvirker sine aktive brukere.

Resultatene fra vår studie viser at aktive brukere av applikasjonen *Postkassetrimmen* er veldig fornøyde med applikasjonen og funksjonene den har. Den har stor innvirkning på deres turvalg og den er godt mottatt. Applikasjonen påvirker motivasjonen på flere måter, både gjennom opptjening av poeng, og opplevelse av nye steder.

Nøkkelord: Friluftsliv, vandring, teknologi, *Postkassetrimmen*, motivasjon, applikasjon

Abstract

In this Bachelor thesis we are examining how much impact an application on a smartphone can have on active hikers in a local area. A decrease in recruitment to traditional Norwegian outdoor activities, like hiking in local area, made us investigate if an application on the smartphone could reverse this development.

Theory which we have used in our assignment is mainly about motivation, both inner motivation and outer motivation. Most of our theory is gathered from Norway and is mainly about how we find motivation and what motivates us. In the theory we have also included the potential which technology have in outdoor activities and what identity have to say for motivation.

We have chosen to use qualitative methodology to highlight the views and opinions about the subject. This were a natural choice for us as we wanted to dig deeper in how *Postkassetrimmen* has affected the active users.

The results from our study shows that active users of the application *Postkassetrimmen* is very satisfied with the application and the functions it has. It has had a major impact in the user's choice of trips and is happily welcomed. The application affects the motivation in many ways, both through collecting points, and discovering new trips to hike.

Key words: Outdoor activities, hiking, technology, *Postkassetrimmen*, motivation, application

1 Innledning

De tradisjonelle friluftslivsaktivitetene har ifølge Odden (2006) hatt en svak nedgang de siste årene, mens mer moderne aktiviteter har hatt en stadig økning. Med trender i sosiale medier så har turgåing gitt det tradisjonelle friluftslivet et nytt løft. Dette er i sammenheng med utviklingen av teknologien i dag (Hella, 2015). Friluftsliv blir definert som: «Opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandringer og naturopplevelser» (Klima og Miljødepartementet, 2016, s. 5). Informantene våre har ulike forhold til friluftsliv, men alle kommer inn under definisjonen.

Teknologien kan ha sterk påvirkning, eksempel på dette er en sak fra Tromsø i 2012. Forvaltere i Tromsø ble fortvilet da stien ble utvidet i ekstreme mengder på grunn av konseptet «Ti på topp» ble veldig populært. Stier ble utvidet fra en bredde på under 1 meter til å ende opp med en bredde på nesten 10 meter (Thuen, 2012, s. 1). Dette er et tydelig tegn på en påvirkning fra bruk av teknologi. Vi har tatt utgangspunkt i et lignende konsept, en applikasjon kalt *Postkassetrimmen*. Dette er en applikasjon under utvikling. Den har som formål å få brukere ut på tur i skog og fjell. Dette blir oppnådd med konkurranser og ledertavler en kun kan delta i ved å bevege seg ute i naturen. På denne måten skaper applikasjonen en mening med å komme seg ut. I senere tid har det blitt lagt til *bragder* for å gjøre tilbudet enda større. Alle gjennomførte prestasjoner vil bli visende på profilen en oppretter.

Teknologi i smarttelefoner har et høyt potensial som hjelpemiddel i friluftsliv, også innenfor motivasjon. En applikasjon som har vært tilgjengelig for brukere en lang tid er Geocaching. Geocaching er lokasjon-basert aktivitet der en skal lete og finne «skatter» (Peters, 2004). En bruker Global Positioning System (GPS) til å finne frem til ulike objekter plassert ut av andre brukere. En typisk «skatt» er en liten vanntett boks som kan bli gjemt overalt i verden. Ettersom det er et ferskt fenomen, finnes det også enda lite forskning på dette. Det er mer aktuelt i utlandet, da det ikke er noe som har slått helt an i Norge enda.

Hella (2015) viser til forskning der det er tydelig at omtrent tre av fire personer blir påvirket av sosiale medier til å komme seg ut på tur. Vil da en applikasjon som fokuserer på å komme seg ut på tur kunne påvirke aktive brukere til vandring i natur?

1.1 Problemstilling

Basert på denne informasjonen, ble problemstillingen vår slik:

Hvordan vil en applikasjon på smarttelefonen påvirke motivasjonen til brukerne til å vandre i naturen?

Vi har fokusert på temaer som friluftslivsvaner, identitet, sosiale aspekter og konkurranse for å besvare problemstillingen.

2 Teori

I dette kapitlet skal vi ta for oss relevant teori for vår problemstilling og til å belyse vårt resultat på en god måte.

2.1 Friluftsliv i endring

Klima og miljødepartementet bruker følgende definisjon av friluftsliv: «Opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse» (Klima og miljødepartementet, 2016, s. 5). Definisjonen til Klima og Miljødepartementet ble først brukt i en stortingsmelding om friluftsliv fra 1987 og er enda brukt i den siste stortingsmeldingen fra 2016 (Klima og Miljødepartementet, 2016).

En slik definisjon har som formål å sikre at det arbeides målrettet innenfor området. Det er viktig at definisjonen er så presis som mulig for å fremme friluftsliv utad. En må også tilpasse og utforme virkemiddel for å oppnå nasjonale mål innenfor friluftsliv. For å ivareta kjerneverdiene blir det lagt til rette for friluftsliv, samt blir det gjort arbeid til å stimulere motivasjon for friluftsliv (Klima og Miljødepartementet, 2016) Friluftsliv fungerer som kilde til miljøengasjement, personlig utvikling, livskvalitet og velvære. Friluftsliv har positiv helseeffekt; «Regjeringen vil ta vare på friluftsliv som en levende og sentral del av norsk kulturarv og nasjonal identitet, og som en viktig kilde til høyere livskvalitet og bedre helse for alle» (Klima og Miljødepartementet, 2016, s. 1), og bygger på samhandling mellom fysisk aktivitet og naturopplevelse. Klima og Miljødepartementet (2016) ser det nødvendig med et skille mellom friluftsliv og andre aktiviteter og andre innsatsområde.

Tradisjonelt friluftsliv har en sentral og vedvarende plass i nordmenn sine liv (Odden, 2008). Aktivitetene er tradisjonelt enkle, i et med naturen og gjerne i nærrområde. En aktivitet som fungerer som avkobling og krever lite ressurser. Friluftsliv er en aktivitet for familie, venner og frivillige organisasjoner (Odden, 2008). Fra slutten av 1900-talet ble det et sterkere fokus på at friluftsliv i Norge er i endring. Rekrutteringen til det tradisjonelle friluftsliv har gått ned hos ungdom. Dette har sammenheng med at rekrutteringen hos nye friluftslivaktiviteter har økt (Klima og miljødepartementet, 2016, s. 23). Nye friluftslivaktiviteter inkluderer blant annet frikøyring, stisykling og klatring (Horgen, 2016). Det moderne friluftsliv har fått et større

mangfold, aktivitetene trenger mer spesialisert utstyr og en reiser lengre i forbindelse med aktivitetene. Friluftsliv har blitt mer lik sport, som vil si at det har blitt mer fokus på prestasjoner og utstyr. Dette har resultert i at det er mer fokus på aktiviteten fremfor naturen. Aktivitetene i det tradisjonelle friluftslivet er som tidligere nevnt enkle, i et med naturen og gjerne i nærområde. Hva skal til for å få det tradisjonelle friluftsliv mer aktuelt igjen for befolkningen? Må det gå på bekostning av nye aktiviteter, eller kan disse kombineres? Kan en applikasjon på smarttelefonen være med på å øke det tradisjonelle friluftslivets status, med hovedfokus på vandring i naturen?

Vandring i naturen er fortsatt en stor aktivitet blant befolkningen. I følge Statistisk Sentralbyrå (SSB) er det 78 prosent av befolkningen over 16 år som har vært på kortere turer i skogen eller på fjellet i det siste året (SSB, 2017). Når det gjelder lengre turer i skogen eller på fjellet har 54 prosent av befolkningen vært aktiv det siste året. Den siste kategorien som gjelder vandring innenfor det tradisjonelle friluftsliv er korte vandreturer. Her har 84 prosent av befolkningen vært aktiv det siste året (SSB, 2017). Det som kan leses ut i fra statistikken generelt, er at det er størst oppslutning blant aktiviteter som er lettest tilgjengelig. Altså er det enkel aktivitet med kort reiseavstand (SSB, 2017).

2.2 Friluftsliv og teknologi

Samfunnet i dag er preget av bruken av smarttelefon og det å være «på nett» hele tiden. Med dette mener vi å være oppdatert på for eksempel nyheter, hendelser i nærmiljø og hva som skjer hos venner og familie til hver tid gjennom dagen. Friluftsliv har tradisjonelt vært en arena for å slippe dette (Faarlund, 2003). Å ta med en smarttelefon ut på tur blir motstridende til formålet med friluftsliv. Smarttelefonen kan nemlig være et hinder for dette. Applikasjoner som *Postkassetrimmen* derimot, fungerer som et verktøy, ikke en styggedom. Bruk av applikasjoner relatert til friluftsliv har blitt mer vanlig. Applikasjoner med GPS, kamera og kart, er noe som blir mer aktivt brukt i dag (Slette-meås og Helle-Valle, 2012). Denne teknologien som er i applikasjonen kan bli brukt under planlegging under selve turen og som turevaluering, med poengfangst og dokument i form av bilde.

Det har tidligere vært en stor skepsis til denne teknologien som en del av friluftsliv. Mye av dette er basert på at friluftsliv er tradisjonelt ment vært å komme i kontakt med naturen og

koble ut hverdagen. Friluftslivopplevelsen kan bli svekket ved at brukeren av en smarttelefon bruker mer tid på å ta bilde, fremfor å bruke sansene og oppleve naturen. Det kom frem i en stortingsmelding fra 2001 at teknologi ikke skulle erstatte ferdigheter som en trenger for å utøve sikkert friluftsliv. I stortingsmeldingen stod det: «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 i Oftedal 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).

2.3 Motivasjon gjennom konkurranse

Alt vi gjør i livet blir satt i gang av en indre drivkraft. Denne drivkraften blir kalt motivasjon. For å kunne forstå hvordan applikasjonen *Postkassetrimmen* påvirker motivasjon, må vi ha en forståelse på hva motivasjon kommer av og hva det er. «Motivasjon er den iver eller lyst som foreligger når vi strever etter å nå et spesielt mål» (Brunvand og Gundersen 1999, s. 104). De skriver videre at «motivasjon» kommer fra det latinske ordet «movere» som kan oversettes til «å bevege». Vi gjør handlinger i retningen mot målet vi ønsker å nå. Hva er det vi vil oppnå ved å gå på tur med denne applikasjonen?

Motivasjon kan deles inn i to grupper. Det er ytre motivasjon og indre motivasjon. Indre motivasjon, forekommer når en selv ser nytten av å bedrive aktiviteten. Her kan det være selve vandringen i naturen som tilfredsstiller sine egne behov, og det er kun deg selv som bestemmer hvorfor og hvordan du gjør det. Ytre motivasjon forekommer når målet er å oppnå noe positivt fra omgivelsene rundt en selv. Det kan for eksempel være en sjokolade på toppen av fjellet, gode tilbakemeldinger fra venner, eller kanskje du liker samholdet som finnes i en DNT-hytte du skal til.

Mye av dette kommer nettopp frem i konkurranse, og slagordet til *Postkassetrimmen* inneholder dette: «konkurrer mot deg sjølv eller andre» (Byrkjeland, 2017b). Slik har konkurransen fått en stor plass i applikasjonen. Brukerne av applikasjonen tjener ikoner som blir verdifull pynt på profilen deres. Hessen og Eriksen (2012) kommer med gode argumenter om hvordan konkurranse er drivkraften til alt levende her på kloden. Nemlig at ingenting hadde utviklet seg i en verden uten konkurranse. Konkurranse blir til, enten man vil eller ikke. Når en ser flere venner har prestert godt, vil dette engasjere deg og andre på et høyt nivå. Det

ligger i vår natur å kopiere og utbedre andre sine idéer og prestasjoner (Hessen og Eriksen, 2012). Vi tror det vil skje en lignende effekt i mellom deltagerne da poengsum og trimmer er noe som tar stor plass i applikasjonen.

En bruker av applikasjonen *Postkassetrimmen* vil kunne bygge seg en profil med turer, høydemeter, fjell, *bragder* og fullførte trimmer (Byrkjeland, 2017a). Brukere av applikasjonen kan komme på topplister som består av folk som er aktive på innsjekkinger. Hvis en ser på <https://postkassetrimmen.no/> finner en slagordet til applikasjonen, som er: «Gå fjellturer, sjekk inn og få poeng for det! Sjå hvor vennene dine går. Konkurrer mot deg selv eller andre» (Byrkjeland, 2017b). Dette er formålet med applikasjonen og en som bruker har muligheten til å sette seg ulike mål på applikasjonen og konkurrere med andre. De som bruker applikasjonen aktivt blir automatisk del av et samfunn med andre aktive brukere. For mange vil dette fungere som en ekstra ytre motivasjon, en konkurranse. Det blir å bygge seg en profil som ser fin ut for seg selv og andre i «samfunnet» i applikasjonen (McIntosh og Schmeichel, 2004).

2.4 Skape motivasjon for det tradisjonelle

Tradisjonelt friluftsliv har allerede høy oppslutning og det er kun en svak nedgang i de siste årene. Kan teknologien gi det tradisjonelle et nytt løft, øke rekrutteringen blant unge? Teknologi i friluftsliv kan være mye ulikt, men vi vil ta opp hva en smarttelefon kan gjøre for friluftsliv. Smarttelefoner kan fortelle deg hvor du er, hvor du skal og hvor langt det er igjen å gå. Kan dette være med på å hjelpe de lite turvante med sikkerheten og tryggheten av å gå tur i fjellet og skogen? Kan en applikasjon være med på å øke rekrutteringen for brukere med lite friluftslivskunnskaper? Teknologi i smarttelefoner har et høyt potensial som hjelpemiddel i friluftsliv, også innenfor motivasjon.

En applikasjon som har vært tilgjengelig for brukere en lang tid er Geocaching. Geocaching er lokasjon-basert aktivitet der en skal lete og finne «skatter» (Peters, 2004). En bruker GPS til å finne frem til ulike objekter plassert ut av andre brukere. En typisk «skatt» er en liten vanntett boks som kan bli gjemt overalt i verden. Boksen vil inneholde en logg bok, der en kan skrive hvem og når denne «skatten» har blitt funnet (Peters, 2004). Applikasjonen *Postkassetrimmen*

er bygget på mye av de samme prinsippene, men i stedet for å finne ulike bokser, så bruker en *Postkassetrimmen* til å sjekke inn på områder som er lagt inn av utvikleren av applikasjonen (Byrkjeland, 2017a). Områdene en sjekker inn på er bygget på tidligere postkasser i ulike trimmer, fjelltopper og støler. En samler turer, høydemeter, fjell og *bragder* samt poeng fra de ulike plassene. For hver tur en går får man en ekstra tur på profilen sin. Går en på en ny plass, får en et nytt fjell på applikasjonen. Disse ulike funksjoner skjer automatisk og bygger en profil til brukeren (Byrkjeland, 2017a). Inne på applikasjonen kan en se hvor mange ulike poster en har besøkt. Inne på kartsiden kan en se at postene som er besøkt skifter farge. Postene går fra å være røde til gule ved innsjekking, til å bli grønne dagen etterpå (Byrkjeland, 2017a). For brukere kan motivasjonen ligge i å få alle postene til å bli grønne.

2.5 Det sosiale aspektet

I applikasjonen opparbeider man seg en profil som har informasjon om alle turer du har besøkt, *bragder* som er gjennomført, fullførte trimmer og bilder en har tatt. Dette er med mindre en har skrudd på inkognito-funksjonen, da vil dette skjules for andre brukere (Byrkjeland, 2017a). Informasjonen som kommer frem i applikasjonen vil gjenspeile brukeren som person. Her kan andre brukere forestille seg hvordan du er som person, uten å ha møtt hverandre i virkeligheten. Dette går på identitet og sosiale sammenhenger i det virtuelle samfunnet i applikasjonen.

Teknologi har mye potensiale innenfor friluftsliv. I dag bruker nordmenn, både voksne og unge, mange timer på smarttelefonen sin. I de fleste applikasjoner i dag så lager man seg en profil som andre brukere kan se, som for eksempel Facebook. En applikasjon som *Postkassetrimmen* har med dette potensiale til å flytte fokus over på felles mål for en familie, en vennegruppe eller en gruppe kollegaer. Applikasjoner som baserer seg på aktivitet kan bli en sosial mulighet. For noen kan tur være et mål i seg selv, men for andre grupper mennesker kan dette virke meningsløst. En applikasjon som gir en form for premie ved aktiv deltakelse har motiverende potensial. Et typisk mål ved dette kan være å rekruttere unge mennesker til friluftsliv.

Hva er det som får folk til å utøve aktiviteter i naturen? Hva er motivasjonen til det enkelte mennesket, og kan dette bli påvirket av teknologi? Bygger nordmenn sin motivasjon for

friluftsliv på forventninger og normer fra tidligere? Tradisjonelt norsk friluftsliv har blitt påpekt at de sosiale normer fungerer som faktorer for motivasjonen hos den enkelte (Kleiven, 1993). Nordmenn utøver friluftsliv fordi det er tradisjonelt og det blir forventet at en holder tradisjonen ved like, en har et behov for å bekrefte sin identitet (Lawler, 1973). Adferden og forventningen til den tradisjonelle nordmann kan være en faktor som styrer friluftslivet sin utvikling. Friluftsliv er forventet å gi utøveren ulike typer av ønskede opplevelser og goder. Friluftsliv er en målrettet og bevisst form for menneskelig adferd for å realisere ulike behov (Driver, Brown og Peterson, 1991). Det er en gevinst der ute som kan gi mennesker sosial eller personlig vinning. Det kan være sosialt, som å bedre samholdet i en gruppe, eller mer personlig, som å bedre fysisk og psykisk helse (Driver et al., 1991).

En annen utfordring for rekrutteringen kan være at folk føler at de ikke har nok erfaring med tur. De tør ikke å gå langt til fjells uten andre folk. De er på let etter støtte fra andre personer eller hjelpemiddel. En plass som tradisjonelt har vært til hjelp for denne gruppen med folk er idrettslag. Idrettslag gir ut informasjon og inviterer folk med ut på tur i nærmiljøet. Det er frivillige organisasjoner som baserer sin støtte på medlemmene i laget. Aktive medlemmer i et idrettslag vil arbeide med rekrutteringen, og da er postkassetrimmer vært en naturlig del av idrettslaget sin invitasjon til folket om turer. Dersom noen som ikke har kunnskapen og erfaring som skal til for å finne de ulike postene kan idrettslaget være til god hjelp. Her har *Postkassetrimmen* potensiale til å være et verktøy til lokale idrettslag.

2.6 Postkasse trimmer

Postkasse trimmer er spredd over hele Norge. En samler poeng til et diplom eller en premie hvert år. En får poeng for å skrive seg i bøker på poster gradert etter vanskelighetsgrad. En kort tur på omtrent 100 til 200 meter over havet, gir vanligvis 2 poeng, mens en topptur på omtrent 1000 meter kan gi fra omtrent 6 til 10 poeng (Wallcon, 2012). Poengsummen skal gjengi utfordringen turen gir i lengde og høgdemeter. Hvert år er det et poengkrav til brukerne for å få diplom. Det er basert på alder og evne til å oppnå poeng. Poengsummen ligger på omtrent 30 poeng i barnealder, til å nå omtrent 60 poeng i ung voksen alder, til å gå ned til omtrent 30 poeng i pensjonistalder. Dette kan virke som en motiverende faktor for mange, da det er mulig å få en belønning dersom en klarer kravet (Wallcon, 2012). Hvert år i slutten av poengsankingen så tar de som er ansvarlig for poengtelling inn bøkene brukerne har skrevet i.

Å telle poeng er en lang prosess, og det er frivillige som gjør dette arbeidet. (Valvatne, 2017, s.7). En applikasjon som *Postkassetrimmen* har potensial til å erstatte disse bøkene og alt arbeidet rundt det å telle poeng. Idrettslag får mindre arbeid og får lettere ut informasjonen til lokale personer. En applikasjon har muligheten til å telle poengene underveis med innsjekking på smarttelefonen. Det kan også virke som en motivasjonsfaktor å ha muligheten til å se andre brukere sin poengsum. Det kan også motivere til fysisk aktivitet for en blir del av et samfunn, både i applikasjonen og i lokalsamfunnet. Det ligger i mennesket sin natur og konkurrere med andre, og applikasjonen gjør at det er oversiktlig, rettferdig og lett å konkurrere.

3 Metode

I dette kapitlet skal vi gjøre rede for oppgaven sin metodetilnærming. Vi vil også forklare hvorfor vi valgte å bruke kvalitativt intervju som metode for vår oppgave.

3.1 Hva er metode?

Når en skal tilegne seg informasjon og fakta om noe, så tas det i bruk en metode. Dalland (2012) sier det er viktig å finne den metoden som gir deg de mest relative svarene i forhold til din problemstilling. Man kan nemlig dele metode inn i to hovedgrupper; kvalitative og kvantitative. Den kvantitative metoden kjennetegnes med å gi informasjon som er målbar (Dalland, 2012). Man kan gi infoen tallverdier, sette det i statistikk og spørsmålene er ofte like for alle deltagere. Kvalitativ metode kjennetegnes ved at metoden gir informasjon som ikke er målbar med tall, men den går mer i dybden i problemstillingen. Når en skal forske på opplevelsesbaserte problemstillinger, så er bruk av kvalitativ metode anbefalt (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2010). Dette kan for eksempel handle om en pasient sin opplevelser eller helsepersonellens oppfatning. Kvalitative metoder kan bli brukt når en ønsker å se på en sammenheng mellom ulike grupper, eller om en ønsker å se på spesifikke handlinger (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2010). Dalland (2012) legger ved at forskerens tolkning har mye å si i slik forskning, derfor er det ekstra viktig å være objektiv. «Ethiske overveielser spiller en rolle i alle former for kvalitative studier, det vil si studier der man fokuserer på mening og innhold, mer enn bredde og omfang, som i kvantitative studier» (Fangen, 2015).

Vi gikk for kvalitativ metode, fordi vår problemstilling handler om hvordan brukere av en applikasjon opplever eventuell motivasjon. Med samtaler ute på tur, spurte vi fire informanter hvordan *Postkassetrimmen* påvirker deres turvalg og lysten til å gå ut på tur.

3.2 Postkassetrimmen

En applikasjon laget med det formål å få folk ut på tur. Applikasjonen er bygd opp rundt slagordet: «Gå fjellturer, sjekk inn og få poeng for det! Sjå kvar vennene dine går. Konkurrer mot deg selv og andre» (Byrkjeland, 2017b). I applikasjonen lager man seg en profil og bruker denne til å loggføre turene sine. En sjekker inn på ulike poster ved å være nærmere enn hundre meter. Ved innsjekking kan en velge å ta et bilde av posten en er kommet til.

Det er ulike funksjoner på applikasjonen som gir brukeren ulike muligheter. For eksempel kan brukeren velge å være anonym, slik at andre ikke kan se innsjekkingene. Da vil applikasjonen heller være en loggføring og konkurranse for brukeren selv (Byrkjeland, 2017a).

Applikasjonen kan også være et hjelpemiddel til brukere for å loggføre turer og konkurrere med andre. Det er spesifisert informasjon i applikasjonen at den ikke er en erstatte for noen lokale trimmer eller foreninger sitt arbeid med postkassetrimmer. Brukeren har også muligheten til å være med å bidra til applikasjonen sin utvikling, ved å sende inn forslag til endringer. En annen funksjon i applikasjonen er at alle fjellene/postene som er lagt inn på applikasjonen er mulig å søke opp og finne på applikasjonen (Byrkjeland, 2017a). Det kan være bilde eller tekst som forklarer om hvordan destinasjonen er. En kan også se hvilke brukere som har vært på fjellet/posten tidligere. I tillegg til dette kan en se koordinatene for det bestemte innsjekkingen inne på applikasjonen, allerede ved planleggingen av turen. Applikasjonen har også et kart der en kan se hvor en er til en vær tid, så lenge det er GPS signal. Med informasjonen i applikasjonen kan en ha en litt bedre førforståelse. I applikasjonen er det også innlagt informasjonen om avstand til nærmeste post ved hjelp av GPS som oppdateres kontinuerlig hvis en har signal. Kartet som applikasjonen bruker er hentet fra Kartverket. Koordinatene en får i applikasjonen vert oppgitt i system EUREF 89 Geografisk (EPSG 4258) (Byrkjeland, 2017a). En godt omtalt funksjon fra våre informanter var *bragder*. Dette er en funksjon som kom ut et år etter at applikasjonen ble lansert i Google Play og App Store. *Bragder* er en ny metode for å skape motivasjon og er basert på å oppnå ulike mål. For eksempel kan et mål være 50 ulike fjell, eller 5 ulike poster på en dag.

Inne på applikasjonen er det en egen side som omhandler ledertavle. Alle brukere av applikasjonen kan se denne ledertavlen og alle som er brukere kan komme på topplisten. Topplisten er de som har gått flest turer, flest ulike fjell, høyest antall høydemeter eller har oppnådd flest *bragder* siden applikasjonen sin opprettelse våren 2017. Det at en kan se hvem som er mest aktiv er en del av applikasjonen sin motivasjonsfaktor. Det er lagt opp til at det kan bli en konkurranse mellom de ulike aktive deltagerne.

3.3 Informanter

Vi valgte å intervju fire aktive brukere av *Postkassetrimmen*. To menn og to kvinner i alderen 40-60 år. Ved å gjøre et strategisk utvalg (Dalland, 2012) i applikasjonen sin ledertavle, fant vi deres kontaktinformasjon og spurte dem om å delta i våres intervju. Slik

fikk vi dekket kravet om at det skulle være aktive brukere. Vi kjente ingen av dem og alt vi fikk vite via applikasjonen, var deres navn og poengsummen de hadde opparbeidet. Intervjuene hadde en varighet på omtrent 20-35 min. Alle informantene våre er fysisk aktive i naturen, som innebærer miljøforandringer og naturopplevelser i fritiden. Tradisjonelt friluftsliv har en vedvarende plass i nordmenn sitt liv (Odden, 2008). Informantene mener at det å gå tur i fjellet er en viktig del av livet. Det gir gode naturopplevelser og virker positivt inn på deres helse. De ulike interessene til informantene kan lett kombineres med bruk av *Postkassetrimmen*. Den er ikke en forstyrrelse av friluftslivet i form av natur eller aktivitet, men fungerer som en ekstra motivasjonsfaktor. Naturopplevelser hjelper på den psykiske helsen og den aktive delen av turen hjelper på den fysiske helsen. Informantene vi snakket med har alltid gått mye tur, men har tidligere valgt de enkleste turene og ofte de samme turene gang på gang.

3.4 Arena

Vi ville bli godt kjent med informantene våre. Relasjoner mellom deltagerne og vertene av intervjuet er nemlig viktig (Brinkmann, Tanggaard og Hansen, 2012). Derfor gjorde vi intervjuene ute på tur. Vi ville dermed som intervjuere og deltagerne bedrive en felles hobby, hvor vi kunne utveksle erfaringer som begge parter hadde kjennskap til. Samtidig er tur en essensiell del av problemstillingen vår. I et hvitt grupperom blir turen satt på avstand, både setting og bekledning er annerledes. Situasjonen kan da oppleves anspent, særlig når vi er to uerfarne intervjuere. Dalland (2012) viser at det er goder ved både «åpne» intervjuer og de mer «strukturerte» intervjuene. Ved de åpne intervjuene, hvor man gjerne har en tilnærmet normal samtale, vil sjansene for å få «spontane, levende og uventede svar» (Dalland 2012, s. 167) være større. Larsen (2007) kaller dette et «ustrukturert intervju», da har vi bare en intervjuguide å forholde oss til. Da vil svarene komme mer naturlig, som i en samtale.

Vi hadde tre intervjuer ute og ett inne, og vi merket at ute på tur fikk vi mer spontane svar fra informantene. Det var ofte informantene kom med en påstand i starten av intervjuet. For eksempel at poeng og konkurranse ikke var så viktig for dem, og at det gjorde det mer for sin egen del, ikke for å vise seg fram for andre brukere. Men senere i samme intervju kommer de med fortellinger hvor de eller bekjente tilstreber å hente inn poeng de har glemt eller gått forbi. Kan det være at omgivelsene i intervjuet påvirker informantene til å vise frem en holdning som er opptatt av det tradisjonelle friluftsliv som Odden (2008) snakker om? Men da

vi senere ble kjent med hverandre, kunne de raskt komme med friere svar og historier om konkurranse. Nettopp dette ville vi fram til med vår intervjumetode. Ulempene vi opplevde ved å ha slik ustrukturerte intervjuer, var at båndopptakene ble veldig forstyrret av støy fra omgivelsene. Notatene ble også vanskelig å skrive da vi var i konstant bevegelse og det regnet ute. Dette gjorde at det ble vanskeligere for oss i ettertid å behandle dataen.

3.5 Intervju

Vi valgte å gjennomføre intervjuer som skulle gi oss innblikk i hvordan applikasjonen motiverte brukere til å gå på tur. Som vi skrev tidligere, er intervjueren sin fortolkning en viktig faktor i denne prosessen.

Livsverden er den verden vi kjenner og møter i dagliglivet [...] Intervjuet gir oss en privilegert tilgang til personers opplevelse av deres livsverden og kan utgjøre begynnelsen på modellkonstruksjon og teoriutvikling (Brinkmann et al., 2012 s. 19).

Med intervju fikk vi tilgang til informantene sin oppfatning og holdning. Vi kunne ha en naturlig samtale om temaet, samtidig som vi vinklet det inn mot de områdene vi trodde ga best svar. Dermed fikk vi gode data, som inneholdt forskjellige perspektiver på temaer som er relevante i vår oppgave. Da vi snakket med dem under turen ville det de sa være autentisk. Når det er sagt, vil en aldri få en informant sin helt naturlige oppfatning av opplevelsen. I et intervju vil samtalen alltid være konstruert av situasjon og sammensetning (Brinkmann et al., 2012). Det at vi ble med på turen var vårt forsøk på å få svarene så ekte som mulig.

Dalland (2012) skriver at en må være observant på andre aspekter ved intervjuet også. Det vi ikke kan høre må vi se etter. Ansiktsuttrykk og kroppsspråk sier mye om hvordan informantene reagerer, og forholder seg til temaet vi snakker om. Det kan bli brukt som noe som understreker svar, og det kan bli brukt for å gjøre det tydelig sarkastisk. Derfor fordelte vi oppgavene slik at en noterte responsen, mens den andre holdt samtalen i gang. «Det kvalitative intervju sikter mot å gå i dybden» (Dalland, 2012, s. 165). Man trenger altså ikke mange informanter i metoden, men heller få med grundige og reflekterte svar.

3.6 Tolk og analyse

Under en analyse, skal en jobbe med all dataen man har samlet inn. Disse skal en bearbeide ved å konkretisere, se sammenhenger og utelukke mindre interessant informasjon (Larsen, 2007). I vår analyse brukte vi metoden som Larsen (2007) kaller for «analyse av meningsinnhold». Vi så etter temaer som gikk igjen, og hva de forskjellige informantene hadde svart på dem. Dermed identifiserte vi meningsfulle mønster eller prosesser. Vi tok også i bruk «den hermeneutiske sirkel». Her ser man på forskjellige temaer i dataene sine for så å sammenligne de med det helhetlige intervju-resultatet. Til slutt endte vi opp med dypere forståelse av meningene til informantene (Kvale, Brinkmann, Anderssen og Rygge, 2015). Måten vi gjennomførte dette på var å samle inn alle sitat og meninger fra informantene som var innenfor de samme temaene. Slik ble det lettere for oss å kartlegge de forskjellige synspunktene i dataen vår. Dermed kunne vi finne ut hva informantene var enig eller uenige i, og tolke ut i fra dette.

Mye av analysen skjer allerede under intervjuet, da er det viktig å være sikre på hva informantene faktisk mener (Kvale et al., 2015). Vi var hyppige med å spørre informantene om vi hadde forstått dem riktig. Etter hvert intervju hadde vi samtale oss imellom, hvor vi noterte de umiddelbare tankene våre om intervjuet. Når intervjuet går fra det muntlige språket til å bli skrevet ned på et ark er det mye som mistes (Dalland, 2012). Man mister det forskjellige tonefallet, kroppsspråket og reaksjoner fra hverandre. Fordelene med å være to var at en kunne notere mens den andre førte samtalen. Det ble lettere å beholde informantene sin genuine reaksjon, og dermed var det lettere å tolke deres besvarelse.

Det som endte opp i vår bachelor er en behandlet versjon av informantene sine forklaringer og påstander. Hvor vi har tilføyd vår tolkning i gjeldene setting. Dette kalles dobbel hermeneutikk (Fangen, 2015). Fangen (2015) sier det er hva forskerne engasjerer seg om i samfunnet, og deres forsøk på å forstå gjeldene virkelighet.

3.7 Forskningsetikk

Når en skal gjennomføre forskning som omhandler og inkluderer personer gjennom intervju, plikter en å sende inn søknad om tillatelse av Norsk senter for forskningsdata (NSD) hvis man behandler personlige opplysninger. Vi har ikke behandlet noen personopplysninger i vår forskning. Informantene sine navn ble endret til randomiserte kodenavn for å opprettholde

deres anonymitet. Vår forskning inngår bare å se på brukere av applikasjonen sin motivasjon, all annen informasjon var irrelevant for oss. Selvfølgelig var det fortsatt etiske normer og regler vi fulgte. Vi holdt som sagt informantene sin identitet helt anonym. Befring (2007) skriver om ansvarsetikk og hvordan den fungerer. Vi mennesker vil alltid på et mellommenneskelig nivå være avhengige av hverandre. Nå har vi hatt en slags makt over informantene sin data, men samtidig hadde de en makt over oss ved at de kunne trekke seg når de ville. Derfor ga vi tydelig informasjon om at dataen som ble samlet inn bare ble brukt til nytte for oppgaven og ble slettet etter den var levert.

Vi handlet etter gode ansvarsetiske forhold. Befring (2007) skriver at vi må bruke makta vi har over andre, til det beste for dem, og ikke oss selv. Dette gjelder all forskning, og går igjen inn på validitet. Ved transkripsjon har vi valgt å beholde den muntlige talemåten deres og derfor ikke omformulert språket deres. Slik vil ikke våre tolkninger komme i vegen for deres meninger.

3.8 Relabilitet og validitet

«Validitet i samfunnsvitenskapen dreier seg om hvorvidt en metode er egnet til å undersøke det den skal undersøke» (Kvale et al., 2015, s. 276). Med andre ord er validitet hvor godt resultatene besvarer problemstillingen. Spørsmål man lager, kan lett bli besvart på andre begrunnelser enn det man håpet på. Derfor var det viktig for oss å jobbe godt med intervjuguiden i forkant. Vi gikk gjennom temaene og testet intervjuet på hverandre for å forsikre oss om at vi traff det vi ønsket med spørsmålene.

Det er mye som kan påvirke hvor valid en undersøkelse vil bli. Dalland (2012) hevder at forberedelser er nødvendig for konsekvensene i et kommende intervju. Med få erfaringer innen det å intervjuer er dette nemlig en av fallgropene. En oppdager underveis i feltarbeidet, at man kan endre på spørsmål fra ett intervju til ett annet, for å gjøre svarene sine mer valide. Konsekvensen av dette kan være å endre så mye på intervjuguiden at spørsmålene blir for ledende. Vi følte litt på dette men var påpasselige med spørsmålene under intervjuene.

Reliabilitet handler om hvor pålitelig besvarelsene er (Larsen, 2007). Vil man få de samme svarene hvis en spør igjen litt senere eller under en annen situasjon? Resultatene må altså ha en høy grad av konsistens (Dalland, 2012). Det finnes mange nyanser innenfor intervjuet som

kan ødelegge reliabilitet. Dalland (2012) nevner eksempler som formulering av spørsmål og ordbruk. Den som transkriberer intervjuet kan ha sin egen forståelse på informanter sine påstander. En måte å beholde høy reliabilitet på, er å gjennomføre arbeidet nøyaktig (Larsen, 2007). Vi får umiddelbar tilbakemelding om forskningen er reliabel når vi ser at spørsmålene kan bli besvart på helt forskjellige grunnlag.

4 Resultat og drøfting

I dette kapitelet skal vi presentere resultatet av analysen, og diskutere dette opp mot teorien fra tidligere i oppgaven. Vi deler kapitelet inn i de ulike deler som kom frem av intervjuene vi gjennomførte. Vi skal se på hva som påvirker aktive brukere sine valg av turer. Vi vil videre se på hva andre faktorer som er viktig for turene og til sist hva ulike faktorer som påvirker motivasjonen.

4.1 Valg av turer

Applikasjonen sin effekt på brukerne er gjennomgående at de heller velger turer som er mer friluftsliv-vennlige. For eksempel svarer Olga: «Eg går mindre turar langs vegen, langs asfalt. Og meir ute i skog og mark». Hos de ulike brukerne trekker vi sammenhengen med at de går heller turer som er på applikasjonen fremfor turer i mer urbane strøk, typisk langs asfalt. «Også har eg av og til vert innpå appen og sett om det har vert plassar eg kan prøve å gå til som eg aldri har gått før. Blir litt ideer etter hva poster appen har da» (Olga). Brukere av applikasjonen vil bli motivert til å få et nytt fjell på profilen.

Applikasjonen sine poster ligger friluftsliv-vennlige plasser og informantene innrømmer at en innsjekking på turen er foretrukket. Informantene velger altså turer som har innsjekking om de har muligheten til det. Applikasjonen har endret brukerne til å gå mer turer i skog og mark, men de går nødvendigvis ikke mer tur nå enn før. Tore forklarer det på denne måten: «Eg hadde gått like mykje uansett altså. Da er ikkje dan appen som gjør at eg går». Det er slik at informantene vi har snakket med ikke går mer nå, enn de gjorde før de installerte applikasjonen. Motivasjonen til tur står like sterkt som før. Faktorer som helseeffekt og avkobling blir trukket frem i intervjuene, og det er det som styrer mye av motivasjonen hos brukerne, uavhengig av applikasjonen. I intervjuet med Stig så hadde han et annet perspektiv på nye topper. Stig gav dette svaret på om han går nye plasser: «Så eg håpar jo at dei velger ut nye plassar på applikasjonen, slik som i turtrimmen Kvam i kryss og krakje har tjue nye plassar kvart år». Det å oppdage nye fjell og poster skaper en ny motivasjon for tur i nærrområde. En får bredere kunnskap og erfaring med nærmiljøet en er bosett i, og samhandler med i hverdagen. Stig innrømte også: «Det blir ensidig å gå de samme plassene kvar tur, og friluftslivet sin del av turen mister noe av egenarten». Men brukerne legger heller vekt på hva friluftsliv gjør med den psykiske- og fysiske helsen. Opplevelser på turene er viktig, men en

forventer ikke at det skal skje noe hver gang en går på tur. Noen turer er bare for frisk luft og avkobling fra arbeid.

Friluftsliv er en arena som er åpen for alle, demokratisering er en videre utviding av dette (Odden, 2006). Applikasjonen kan fungere som en påminning om at det er mye flere topper å gå til, enn det er som er vanlig for den enkelte lokale vandrer. Stig hadde også et retorisk spørsmål og videre kommentar til egne turvalg: «Koffer har eg berre gått på dei samme plassane tidlegare? Da er jo so utruleg mange fine plassar å gå tur på». Turene til fjells har for flere av informantene vert preget av få kjente turer gang på gang. Noen ganger på jakt etter poeng i postkassetrimmer, andre ganger bare for trimmen sin del. Informantene har ved hjelp av applikasjonen funnet ut at det er mange steder de ikke har besøkt enda. Applikasjonen kan dermed være en arena for å finne nye steder å gå tur. Den er med på å øke demokratisering i form av at en ikke trenger mer ressurser eller tid til turen (Odden, 2006). En finner nye tur-ideer og bilder til inspirasjon inne på applikasjonen.

Applikasjonen er et unikt verktøy til å finne andre turer å gå, og det er tydelig at dette er en funksjon som er godt likt. Ved hjelp av kartleggingen av de forskjellige turene og tillagte trimmer vil brukerne nesten bli påtvunget til å gå nye turer. Når postkasse trimmer er fullførte og ønsket mengde ikoner på kartet er gjort grønne, vil en oppleve suksess. Dermed vil motivasjon til nye turer øke (Brunvand og Gundersen, 1999). Dette er støttet av våre informanter. Derfor har brukerne gått mye mer ute på mindre tilrettelagte stier, i stedet for å gå på asfalt langs vegen eller trene inne i treningssentrene. Applikasjonen har potensialet til å hjelpe, på et nasjonalt nivå, til å beholde friluftsliv som en norsk identitet.

På turene i helgene er opplevelser mye mer viktig for de fleste informantene. Stig nevner: «Eg har brukt helga til lengre turar, då har da vorte 6-7 timar, nokre gongar opp i 12. Då er da sånne toppturar, helst fjell over 1000 meter med utsikt». I helgene er naturen og opplevelser viktigere enn i hverdagen. Turene er lengre og det er mer tid til å ta seg en god pause. Lengden på turen øker og informantene går i område som byr på større spekter av natur, med utsikt, nye stier og dyreliv som viktige faktorer for trivsel. Valgene for de fleste av de lengre turene i helgene er påvirket av applikasjonen, de velger fort en tur med mange innsjekkinger på applikasjonen. Men innsjekkinger skal ikke komme i veien for opplevelser på tur alene

eller sammen med andre. Opplevelser på turene er vel så viktig som poengsanking, for eksempel nevner Sara: «I juni begynte eg å gå klokko 3 om morgonen for å få med soloppgangen på Torefjell». Informantene er enige om at friluftsliv og naturopplevelser står fortsatt sentralt i aktiviteten, selv om smarttelefonen er med. Stig nevner også at det er mange aktiviteter tur kan kombineres med. Stig legger til informasjon om at nye turer har mye positiv innvirkning for han:

Eg har alltid fiskestong i sekken, begynte egentleg med da. Å gå fisketurar. Men no gjekk da an å gå fisketurar og samla poeng på appen. Eg har oppdaga nye fiskevatn, ettersom eg prøvar å gå til nye postar på appen (Stig).

Motivasjonen for å komme seg ut på tur er delt mellom ulike instanser. Det er ikke bare det å komme seg ut for trimmen sin del, men en får både fisket og skaffet seg poeng i applikasjonen.

4.2 Smarttelefon på tur

Vi skal videre ta for oss hvordan smarttelefonen fungerer på tur. Blir turene preget av mobilen, eller er det et verktøy til hjelp? Motivasjonen for å gå tur i nærområde er like sterk som den alltid har vært, men en applikasjon gir en ekstra motivasjon, og styrker mulighetene for å velge nye turer. Et kritisk syn på dette kommer frem av Oftedal (2014), som mener at smarttelefonen ikke kan erstatte kunnskap om kart og kompass. Informantene er voksne personer i alderen 40-60 år, typisk gruppe av personer som er kritisk til ny teknologi. Men informantene er mer fornøyde med sikkerheten applikasjonen gir, fremfor å være negativ til kunnskapene den erstatter. *Postkassetrimmen* bruker GPS og innsjekkinger på et kart fra Kartverket, en trenger altså ikke kart og kompass med seg på tur. Sara hadde dette å si om tryggheten ved applikasjonen: «Eg sende melding til døtrene når eg går tur, og sjekke alltid inn på appen på veg oppover, sånn at viss da skulle skje noke, så veit dei meir kor eg har vært». Applikasjonen kan gi brukeren en sikkerhet, med at folk lett kan se hvor personen har vært på tur om noen skulle ha gått seg bort. En får en større frihet til å velge mer utfordrende turer alene, så brukeren får et høyere antall mulige turmål. Brukere som har lite erfaring med friluftsliv alene, får prøvd nye turer selv med lite kunnskap om kart og kompass. Dette kan slå ut begge veier. Brukere kan ta større sjanser og gå turer over evne, noe som øker sjansen for ulykker drastisk. Men på den andre siden, så vil bortkomne brukere ha lettere mulighet for å bli funnet, ved hjelp av applikasjonen sin GPS og innsjekking på kartet.

4.3 Spre motivasjon

Tore nevner også applikasjonen i sammenheng med det lokale idrettslaget:

Idrettslaget vil jo få mest mulig med blest, og Postkassetrimmen hjelper berre til med dette. Vi er et lite idrettslag og prøver å holde det så aktivt så mulig. Formann har sendt inn flere mailer med forslag til nye topper og har fått det med på kartet (Tore).

For å motivere andre til å bruke lokale postkasse trimmer, så er *Postkassetrimmen* et verktøy. Personer utenfor idrettslaget har lettere muligheten til å få tilgang til informasjon, ved å se hva for tilbud idrettslaget har. Et aktivt og tilgjengelig idrettslag kan skape motivasjon hos lite aktive personer som leter etter en ny aktivitet eller motivasjon. «Applikasjonen erstatter ikke noe form for skriving i bøkene, men det er lettere å få flere med nye folk på sankingen av poeng» (Tore). Tore syns det er viktig å presisere at applikasjonen ikke er i veien for turgåingen, men et verktøy som gjør det enklere å dele informasjon om postene i nærområde. Den allerede aktive brukeren av ulike postkassetrimmer ser ikke applikasjonen som et hinder, for en gjør fortsatt det samme rutinene ved en post, en skriver seg i boken for å få poeng i trimmen. Eneste forskjellen fra før er at en sjekker inn to ulike plasser og får mer oversikt. «Det er ikke alle som ser belønningen av å skrive navnet sitt i en bok, men det kan hjelpe på motivasjonen å se hvor bra du klarer deg mot andre brukere av samme trimmen» (Tore). Det er mye lettere å holde seg oppdatert på trimmene og hvem som går mye. Det kan virke motiverende for enkelte å se at idrettslag er for alle, uansett hvor aktiv du er.

Tore er glad i å skrive seg inn i bøkene som er lagt ut av idrettslaget han er medlem i. Han sier også han deler bilder på facebook-gruppen deres, for å inspirere andre til å gå på tur. Det er tydelig han liker å markere seg for de personene han har peiling på hvem er. Stig er under samme forståelse: «Eg brukar vel litt sosiale mediar når eg går på turar, sende ein snap og sånn då» (Stig). Sara føler seg nok tryggere på applikasjonen, den er ment for personer som går på tur. Hun slipper å få andre sine meninger direkte på applikasjonen. Identitet kan dermed virke som en motiverende faktor, da det betyr at en kan vise seg frem slik en ønsker og for folk med like interesser. Spesielt i vårt samfunn hvor skillet på vår selvbestemte identitet utad er så annerledes en vår egentlige identitet innad (Tordsson, 2010).

Applikasjoner på smarttelefon kan være en motivasjonsfaktor som gjør at unge også får interesse for en tur, eller aktivitet utendørs. Målet på turen kan være en innsjekking på en applikasjon i stedet for å bare komme seg ut i naturen. Dette kan ha tilbakevirkende kraft på foreldre. Unger har lyst ut på tur, selv om motivasjonen er ulik, kan det føre til at familien tilbringer tid sammen. Foreldrene får en ny mulighet å tilbringe tid sammen med sine barn. Alle som er ute på tur er motiverte, selv om motivasjonen hos de enkelte individene er ulik. Selv om ikke alle er der for naturen eller bruker applikasjonen, vil alle være med på fellesskapet om å nå toppen eller posten.

4.4 Opparbeiding av digital identitet

Med applikasjonen sin fremstilling av dine turer som er gått, gjennomførte *bragder*, bilder og trimmer, vil det bli en liten gjenspeiling av hva en fyller livet sitt med. I tillegg er det ikke mulig for andre brukere av applikasjonen å påvirke eller kommentere profilen din. Dette er med mindre andre nevner den i virkeligheten. Da er det kun deg selv som bestemmer hva som blir lagt til på den. Sara som er glad i å ta bilder og se igjennom dem, vil naturligvis ha en profil som har mengder av det. Hun sier selv hun synes det er ubehagelig med kritiske kommentarer på de andre sosiale mediene hun er medlem i. I *Postkassetrimmen* derimot, er det kun en selv som dømmer utformingen av sin profil og den vil dermed være mer autentisk. Vi ser at det er flere av brukerne som synes det er viktig å samle inn poeng og gjør tiltak for å stemple de inn på applikasjonen, de ser verdier i poengene som symbolistiske insentiver (Brunvand og Gundersen, 1999). Vi kan anta at utforming av profilen sin, kan virke som en ytre motivasjon til å gå mer på tur, da en samler inn poeng og turer (McIntosh og Schmeichel, 2004).

Sara synes som sagt tidligere at det er veldig greit at folk har kontroll på hvor hun er. Hun sier hun liker at applikasjonen kan vise andre hvor hun nettopp har vært. Det er fordi hun bruker dette som en fordel til helsemessige hindringer. Tore sier derimot at han føler seg overvåket med applikasjonen. Han kjenner på konkurransen som dukker opp, og synes det er gøy med vennlig kniving med kameratene sine. Men han sier ofte han føler seg overvåket, da andre kan se hvor han er og hvor han har gått. Det er ofte han ikke velger å stemple seg inn eller venter med å poste turene sine online. Det kan være Tore opplever en uønsket reaksjon fra det moderne samfunnet, når han selv oppsøker den uttrykksfulle naturen hvor han får sluppet fri sine sanser (Tordsson, 2010). Altså de andre som ser det får en kritisk mening av hans

aktivitet, og han blir derfor mer forsiktig i bruk av applikasjonen. Identitet kan også være et hinder for motivasjonen. Du kan føle deg eksponert for uønskede personer, når du først og fremst vil drive aktiviteten du synes er morsom. Det kan være Tore opplever en renere form for indre motivasjon i det å gå på tur (Brunvand og Gundersen, 1999). Fordi han ikke trenger å dele med alle hvor han er, og bruker ikke applikasjonen til å se tilbake på turer heller.

Når informantene mener de blir demotivert når de ser brukere eller venner har flere poeng enn dem, viser det at den ytre motivasjonen har tatt overhånd (Brunvand og Gundersen, 1999). Men deltagerne fortsetter allikevel med å gå på tur på grunn av andre grunner som for eksempel å fullføre *bragder*. Disse fungerer som symbolske motiver fra ytre motivasjon (Brunvand og Gundersen, 1999). En har fått ny poengsum og nærmer seg kanskje en venn, så slår konkurransen inn igjen. Applikasjonen bidrar altså på flere måter. «Eg går inn og ser, hvor mange turer har jeg nå? I forhold til de andre. Så ser jeg kanskje «oi» nå nærmet jeg meg en venn litt. Nå kan jeg jo faktisk slå han» (Olga). I tillegg, når en opplever suksess, vil dette påvirke din motivasjon i kommende utfordringer. Aktiviteten blir av seg selv morsommere, og det blir en ny utfordring å ta igjen den neste som har høyere poengsum. Applikasjonen blir en samling av flere delmål (Brunvand og Gundersen, 1999). Kanskje det ikke finnes et endelig mål engang.

4.5 Motivasjon gjennom konkurranse

«Det som kjennetegner selvhevdelsesmotivene er at vi ønsker å hevde oss som dyktige på et gitt område» (Brunvand og Gundersen, 1999). Selvhevdelsesmotivene innen motivasjon er de som oftest kommer frem under konkurranse. Alle informantene har mye å si om konkurranse. De forteller mye om vennlig kniving med nære venner, men alle nevner også fjerne bekjente fra bygden eller nærområdet. De legger plutselig merke til brukere som går forbi på ledertavlen. Når det er mange brukere av en applikasjon blir det et slags samfunn som holdes sammen av felles interesser.

Så, me er enkle i hovudet, berre litt konkurranse so er me dumme som brød. Men da er jo ikkje berre dumt heller. Men eg hadde no aldri gått dan ekstra toppen hadde da ikkje vore for den appen, må no sei da. Er nokon gongar litt galskap (Stig).

Han kjenner altså på en motivasjon til å gå en topp til, på grunn av denne applikasjonen sin påvirkning. Enten det er for å få erkjennelse av andre brukere, eller fordi han ønsker å oppnå

en *bragd* i applikasjonen. Det vil uansett være andre som legger merke til dette, og kjenner på den samme motivasjonen. Motivasjon kommer av å bli lagt merke til av andre, og se andre gjøre merkverdige turer. Informantene fortalte også om konkurranse med kjente hvor de har fulgt med på venners poengsum. De tapte motivasjon når vedkommende gikk forbi dem. Det er nok denne oppmerksomheten på andres aktivitet som skaper den største lysten til å fortsette å gå. «Hvis du går. Krokavatnet for eksempel og innover der, så kan du få mange poster [...] ja da ser eg jo og at det er andre som går slike ruter som det» (Olga). Konkurransen mot andre gir også inspirasjon til ruter å gå.

På samme måte som delmålene innenfor konkurranse mot andre, vil de forskjellige tilbudene applikasjonen har, fungere motiverende på brukerne. En kan selv velge om en vil fokusere på *bragder*, konkurranse mot andre, gjøre alle ikoner på kartet grønne eller gjennomføre trimmer. Stig sier at han gikk ekstra turer på grunn av *bragder*, som resulterer i flere turer gjennomsnittlig. Sara sa også at hun synes det er veldig gøy å gjennomføre *bragder*. *Bragder*, som forklart tidligere er en funksjon der en må gjennomføre litt ulike oppgaver på tur, for eksempel ta 10 bilder med innsjekkingene på turene dine. Ut i fra entusiasmen fra informantene, så er dette en funksjon de liker godt. Det var enda mer i applikasjonen som skapte motivasjon. Dette vil si applikasjonen sitt mangfold av forskjellige måter å bedrive vandring på, er en stor faktor innen motivasjonen.

I forhold til konkurranse ser vi at mange av brukerne er åpne om å konkurrere med vennene sine. De innrømmer at det er motiverende, fordi det er en vennlig kniving. Det viser seg også etter å ha vært medlem av applikasjonen en stund, begynner de å følge med på ukjente brukere også. Da legger de merke til bevegelsesmønstre og nye destinasjoner som gir poeng, samtidig som at det gir nye turopplevelser. Det er tydelig at den digitale innstemplingen blir viktig for dem da det gir poeng. På den andre siden er det også de som gjør det mest for sin egen del. Det finnes de som allerede gikk mye på tur før, men synes det er morsomt med sanking av poeng, og muligheten til å oppleve nye områder.

4.6 Motivasjon gjennom seg selv

Samtlige informanter setter pris på applikasjonen sin funksjon som går på å ha oversikt over turer og fjell de har besøkt. Ved hjelp av dette blir det lett for dem å se turer de ikke har

gjennomført enda, enten det er i gjeldene trimmer eller del av egne mål. Konsekvenser som er observert av dette kan være at en får lyst til å gjennomføre flere turer når en har fullført målet, som var satt i utgangspunktet. Dette støttes av informantene, flere av dem er enige i at når de er i nærheten av andre trimmer, eller ser andre brukere gå andre turer, får de lyst til å gå andre steder de også. Sara og Olga kjenner også på at de har lyst til å gjøre det, men de forsøker ikke, på grunn av manglende trygghetsfølelse og tid. Mange av informantene er heller ikke glad i å kjøre bil for å nå destinasjonen. Dette viser at *Postkassetrimmen* tydeligvis motiverer brukerne til å komme seg ut på både gamle og nye plasser. Men selv ved å vise bilder og nødvendig informasjon på destinasjonene, er ikke dette tilstrekkelig for å få alle brukerne ut. I forhold til trygghetsfølelsen kan *bragdene* bli tatt i bruk. For eksempel kan det være en *bragd* som krever å gå på tur med en turkompis. Dette skaper trygghet og bygger på motivet om å føle seg tilhørende i et samfunn (Tordsson, 2010).

Det er flere av informantene som blir skuffet når de glemmer å klippe seg inn på applikasjonen, eller de ikke får klippet seg inn på grunn av teknisk feil. Tre av dem har også kontaktet utvikleren angående innstempling på applikasjonen. Det er tydelig at det å stemple seg inn på applikasjonen er en viktig del av deres egne aktivitetsmål, enten det er for å ha orden selv, eller vise til andre. For noen av informantene er det viktigere enn andre: «Eg fann ein i Kryss og Krakje og den fekk eg klipt inn, men fekk da ikkje på mobilen, då tenkte eg fader heller, [...] Då var eg nødt opp igjen der, men eg har ikkje komme så langt» (Sara). Både Sara og Olga har kjent på å måtte gå tilbake til postkasser, i hensikt å få det inn på applikasjonen. Ut i fra dette kan vi se at det ligger en verdi i å det å få det inn på applikasjonen. Da har de nemlig fått en bekreftelse på at de har vært der.

Den gjentakende historien som kommer opp i disse intervjuene er at en venn har introdusert dem til applikasjonen, så har konkurransen slått til. Dee jobber deretter for å ta igjen vennen som introduserte dem. Det er det som er den positive konsekvensen med denne applikasjonen. Den skaper en harmløs konkurranse mellom alle brukerne av applikasjonen, enten det er mellom to individer, en vennegjeng eller alle i hele samfunnet.

4.7 Sosiale aspekter

Første gangen, jeg viste de appen, [...] da vert dei jo veldig hekta på den appen da. Og de viste han igjen til de de jobba med. Og det gjorde at det at de faktisk vart overraska over den der appen da (Tore).

Dette er et godt eksempel på hvordan applikasjonen styrker en felles interesse mellom mennesker. Flere nevner som sagt at de må ta igjen de som introduserte dem for applikasjonen. Det blir skapt et sosialt samhold uten at individene møtes. Men det sosiale aspektet ved applikasjonen strekker seg ikke så mye lenger enn dette. Det finnes ingen funksjoner eller krav som motiverer direkte til sosialt samhold. Det kunne for eksempel vert en form for lagspill. Hvor man kun fikk poeng for å gå turer sammen i en gruppe. Eller at man måtte samarbeide med andre for å få en *bragd*. Dette fører det til at mange av informantene velger å gå tur alene. Stig sier at han til og med går sent på kveld, for at konkurrenten hans ikke skal se det.

Tross dette finnes det et sosialt aspekt som fungerer veldig bra. Ved å dele hverandres poeng og gjennomførte turer, skapes det et virtuelt samfunn. I motsetning til andre sosiale plattformer motiveres brukeren til å bevege seg. Som Brunvand og Gundersen (1999) skrev, så er bevegelse noe som har falt bort i dagens samfunn. Det er enda få av denne type applikasjoner i Norge, men det er en voksende trend. Med denne applikasjonen får en samlet nye og gamle turgåere, som enda lever under det tradisjonelle friluftsliv. Nemlig friluftslivet som den enkle idretten og nasjonal identitet (Kleiven, 1993). Med kommende oppdateringer og utfordringer, kan denne applikasjonen bli et godt sosialt verktøy.

Det digitale samfunnet fungerer som motiverende faktor. Da alle har en felles interesse, og ved enkle tiltak er det lett å følge med på, og sammenligne seg med andre. Når applikasjonen helt klart beholder det tradisjonelle friluftsliv mellom alle deltagere, er ikke applikasjonen noe som aktivt lager sosiale sammenkomster. Det skapes nemlig ingen behov å gå sammen med andre, men det lager heller et samfunn som ikke nødvendigvis krever en reell kontakt.

5 Avslutning

I denne oppgaven har vi intervjuet fire aktive brukere av applikasjonen *Postkassetrimmen*. Vi har prøvd å finne ut: *hvordan vil en applikasjon på smarttelefonen påvirke motivasjonen hos brukerne til å vandre i naturen.*

Vi har funnet ut at motivasjonen til å gå på tur kan bli påvirket av applikasjoner som *Postkassetrimmen* på flere områder. Ved en synlig poengsum og plassering i ledertavle er det ønskelig hos mange å ha en plassering høyt oppe. Andre positive sider som kommer opp med dette, er å oppleve nye turmål og ha en oversikt over mengden gjennomførte turer. Det kommer også frem at det er mange av brukerne som hadde gått mye på tur uten applikasjonen. Applikasjonen sine funksjoner gjør det allikevel lettere for dem å holde entusiasmen oppe. Med en økning av lignende konsepter, vil det tradisjonelle friluftslivet vedlikeholdes på høyt nivå.

Videre forskning

Applikasjoner som dette er enda en voksende trend, og det finnes mange lignende konsepter som har blitt brukt rundt hele jordkloden. Det er tydelig at det vil være aktuelt i flere år fremover. Dette påvirker samfunn og individer på flere områder. Det henter frem verdier vi ikke har sett lignende til før, og engasjerer brukere ved å implementere funksjoner og premier tidligere assosiert med videospill, ut i friluftslivet. Vi har i vår oppgave sett at det gir brukere større lyst til å oppholde seg i naturen. Under arbeidet har vi sett sider ved konseptet som kan egne seg godt for rekruttering til friluftsliv, både for fysisk og psykisk helsefremmende aspekter. Videre forskning på dette kan være nødvendig for å forstå konseptet sitt fulle potensiale.

6 Litteraturliste

- Befring, E. (2007). *Forskningsmetode med etikk og statistikk*. Fagernes: Det norske samlaget.
- Brinkmann, S., Tanggaard, L. og Hansen, W. (2012). *Kvalitative metoder: empiri og teoriutvikling*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Brunvand, H. og Gundersen, D. E. (1999). *Idrettspedagogikk*. Oslo: Landslaget fysisk fostring i skolen.
- Byrkjeland, M. (2017). Postkassetrimmen (Versjon 1.26.1) [Mobil applikasjon]. Hentet fra <https://postkassetrimmen.no/>
- Byrkjeland, M. (2017, 11.september). Postkassetrimmen. Hentet fra <https://postkassetrimmen.no/>
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving for studenter* (5. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2010). *Kvalitative og kvantitative forskningsmetoder-likheter og forskjeller*. Hentet fra <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/medisin-og-helse/kvalitativ-forskning/1-kvalitative-og-kvantitative-forskningsmetoder--likheter-og-forskjeller/>
- Driver, B. L., Brown, P. J. og Peterson, G. L. (1991). *Benefits of Leisure*. Pennsylvania: Venture Publishing.
- Faarlund, N. (2003). *Friluftsliv. Hva-hvorfor-hvordan*. Kompendium nr. 32. Oslo: Norges idrettshøgskole.
- Fangen, K. (2015). *Kvalitativ metode*. Hentet fra <https://www.etikkom.no/FBIB/Introduksjon/Metoder-og-tilnæringer/Kvalitativ-metode/>
- Hella, A. (2015). *Sosiale medier får oss ut på tur*. Hentet fra <https://www.ut.no/artikkel/1.12411826/>
- Hessen, D. O. og Eriksen, T. H. (2012). *På stedet løp*. Oslo: Aschehoug & Co.
- Horgen, A. (Red.). (2016). *Ute! Friluftsliv – pedagogiske, historiske og sosiologiske perspektiver*. Bergen: Fagbokforlaget.

- Kleiven, J. (1993). *Normer, vaner, valgmuligheter og barrierer – hva påvirker omfanget av norsk friluftsliv?* I FRIFO (Red.): Frisk i friluft. Hentet fra <https://www.nina.no/archive/nina/PPPBasePdf/oppdragsmelding/309.pdf>
- Klima og miljødepartementet. (2001). *Friluftsliv – En vei til høyere livskvalitet*. (Meld St. nr. 39, 2000-2001). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/stmeld-nr-39-2000-2001-/id194963/sec3>
- Klima og miljødepartementet. (2016). *Friluftsliv – Natur som kilde til helse og livskvalitet* (Meld. St. nr. 18, 2015-2016). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-18-20152016/id2479100/sec6>
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T.M. og Rygge, J. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju*. (3.utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Larsen, A. K. (2007). *En enklere metode: veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Lawler, E. E. (1973). *Motivations in Work Organizations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- McIntosh, W. D., og Schmeichel, B. (2004). Collectors and Collecting: A Social Psychological Perspective. *Leisure Sciences*, 26(1), 85-97.
<http://dx.doi.org/10.1080/01490400490272639>
- Odden, A. (2006). *Endringer og stabilitet i norsk ungdoms friluftslivsutøvelse 1970-2004* (Doktorgradsavhandling). Høgskolen i Telemark, Bø.
- Odden, A. (2008). *Hva skjer med norsk friluftsliv? En studie av utviklingstrekk i norsk friluftsliv 1970-2004*. Norges Teknisk-naturvitenskaplige 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*. Stavanger: Universitetet i Stavanger.
- Parker, T. S. (2004). *Natural Surface. Trails by Design - Physical and Human Essentials of Sustainable, Enjoyable Trails*. USA: Natureshape LLC.
- Peters, J. W. (2004). *The Complete Idiots Guide to Geocaching*. New York, USA: Penguin Group.

Slette-meås, D. og Helle-Valle, J. (2012). *Smarttelefon og bruk av mobilbaserte tjenester blant norske forbrukere*. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.

Statistisk Sentralbyrå. (2017). *Idrett og friluftsliv, levekårsundersøkelsen*. Hentet fra <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/fritid>

Thuen, I. P. (2012). *Vil stoppe toppturtrend*. Hentet fra <https://www.nordlys.no/byavisa-tromso/vil-stoppe-toppturtrend/s/1-79-6162562>

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

Valvatne, B. (2017, 10. juli). Slutt for gammel travar. *Hordaland Folkeblad*, s. 7.

Wallcon, B. O. (2012, 13.februar). Tur i skog og fjell. Hentet fra http://www.aalvik.info/pages/opplev/tur/fjell_tur.html

7 Vedlegg

Intervjuguide

Hei, vi vil ha denne samtalen, fordi vi skriver en bachelor i friluftsliv. Vi ønsker å skrive om applikasjonen *Postkassetrimmen* og motivasjon. Vi er begge aktive turgåere og lurer på hva du som aktiv bruker av *Postkassetrimmen* tenker om det å vandre i friluft. Vi ønsker å få vite mer om hva som motiverer deg. Formålet vårt er å få svar på problemstillingen vår:

Problemstilling: *Hvordan vil en applikasjon på smarttelefonen påvirke motivasjonen til brukerne til å vandre i naturen?*

Løs prat om tur og Hardanger generelt. Hva turer går du, hva tid i uka og på hva tid på dagen går du tur.

Informasjonen i intervjuet kommer vi til å bruke som data til vår bacheloroppgave. Ingen personopplysninger er av vår interesse. Det er helt frivillig og være med på intervjuet og du kan avslutte det når du vil om du måtte ønske det. Du som informant kommer til å bli behandlet anonymt og vi kommer ikke til å bruke personopplysninger om deg i bacheloren vår.

Har du spørsmål til intervjuet eller bacheloren vår, er det bare å spørre når du kommer på noe. Du kan svare når du føler for det og trenger ikke svare akkurat etter at vi spør spørsmål. Du får så mye tid til som du måtte ønske. Spørsmål?

Kan du forklare dine valg av turer, til dømes denne turen vi går i dag?

Hvem går du mest på tur med?

(Med andre folk) - Hvordan avtaler dere turer?

(Mye aleine) - Bruker du mye tid på planlegging?

Hva får deg til å få lyst til å gå til på tur? Hva er din motivasjon for å gå på tur?

Hva er friluftsliv i dine øyne? Nyter du selve turen, eller er det bare målet som er gøy?

Betyr poengene/konkurransen mot deg selv og andre noe?

Har applikasjonen endret dine turer? **Om ja**, hvordan? Hva andre faktorer spiller inn på dine valg av turer? Hvordan var dine turer før du begynte å bruke applikasjonen?

Hvorfor bruker du applikasjonen? Eller vil du gå alle turene på applikasjonen? Går du samme turen flere ganger. Har du en favoritt tur? Hva påvirker dine valg av turer?

Hvor mye har du brukt applikasjonen *Postkassetrimmen*? Har du vært inn på nettsiden? Vet du formålet med applikasjonen? Hvor hørte du om applikasjonen?

Hvordan står du i forhold til applikasjonen sitt formål:

Gå fjellturar, sjekk inn og få poeng for det! Sjå kvar venane dine går. Konkurrer mot deg sjølv eller andre.

Har applikasjonen mer innvirkning enn hva for eksempel sosiale media har? Tar du bilder på turene du er på? Hvis du tar bilde, hva tar du bilde av og hvorfor tar du disse bildene?

Oppfølgingsspørsmål til applikasjonen, har du brukt andre applikasjoner som har samme funksjoner? (Ti på topp, Geocaching, Sjekk inn DNT).

Du bruker applikasjonen fordi du liker konkurranse, forstår jeg deg rett?

Hvordan er veien videre med bruk av applikasjonen? Kommer du til å bruke den mer, mindre, slutte å bruke den?

Har du annen informasjon som ikke har kommet fram i intervjuet?

Vi takker for at du var med på intervju med oss. God tur videre.

Meldeskjema fra NSD

Her er bevis på at det ikke var nødvendig å melde inn vårt prosjekt til Norsk senter for forskningsdata.

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

Hvilke personopplysninger skal du behandle?

Hva er personopplysninger?

Hva er behandling?

Navn (også ved signatur/samtykke) ?

Ja Nei

Fødselsnummer eller andre nasjonale identifikasjonsnumre ?

Ja Nei

Fødselsdato

Ja Nei

Adresse eller telefonnummer

Ja Nei

E-postadresse, IP-adresse eller annen nettidentifikator ?

Ja Nei

Bilder eller videoopptak av personer ?

Ja Nei

Lydopptak av personer ?

Ja Nei

Gps eller andre lokaliseringsdata (elektroniske spor) ?

Ja Nei

Bakgrunnsopplysninger som vil kunne identifisere en person ?

Ja Nei

Genetiske opplysninger ?

Ja Nei

Biometriske opplysninger ?

Ja Nei

Andre opplysninger som vil kunne identifisere en fysisk person ?

Ja Nei

Du har oppgitt at ingen personopplysninger skal behandles i prosjektet.

Dersom du kun skal behandle anonyme opplysninger, skal du ikke melde prosjektet. Et anonymt datamateriale består av opplysninger som ikke på noe vis kan identifisere enkeltpersoner, hverken direkte, indirekte eller via e-post/IP-adresse eller koblingsnøkkel.

Vi gjør oppmerksom på at dette ikke er en formell vurdering, men en veiledning basert på svarene du har gitt over.

Samtykkeskjema for intervju

Vil du delta i forskningsprosjektet «Teknologi i friluftsliv?»

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å få svar på hvordan teknologi påvirker motivasjon i friluftsliv. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Vi er Marius Kongsteien Bøe og Curt Mo Vik, to friluftsliv studenter ved Høgskulen på Vestlandet (HVL) som skriver bachelor oppgave. Vi skriver en bachelor med problemstillingen: *Hvordan vil en applikasjon på smarttelefonen påvirke motivasjonen til brukerne til å vandre i naturen?*

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Høgskulen på Vestlandet avdeling Sogndal er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Vi har valgt å intervju fire aktive brukere av applikasjonen *Postkassetrimmen*. De aktive brukerne fant vi gjennom å se på ledertavlen på applikasjonen.

Hva innebærer det for deg å delta?

Vi kommer til å intervju deg og notere ned svarene dine. Svarene du kommer med blir brukt som materiale i vår bacheloroppgave. Vi kommer ikke til å bruke navn eller noe form for personbeskrivende informasjon i vår oppgave, utenom en omtrent alder. Vi kommer til å ta lydopptak av intervjuet, som bare oss to skal ha tilgang til.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert.

Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Opplysningene blir bevart av studentene Marius Kongsteien Bøe og Curt Mo Vik. Alle personopplysninger blir lagret med en kode for navnet ditt, og avskilt fra øvrige data.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes 14.12.2018. Alle personopplysninger og eventuelle opptak blir slettet ved prosjektslutt.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Høgskulen på Vestlandet har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Ved å underskrive på dette dokumentet samtykker du at du har lest og forstått informasjonen gitt over, samt at du ønsker å delta på intervjuet.

Sted og dato

Signatur
