



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

Masteroppgave 2017, 30 stp  
Fakultet for miljø- og naturforvaltning

## **Turstier på Senja - en motivasjonsstudie av nasjonale og internasjonale besøkende**

Hiking trails at Senja  
- a motivation study of national and international  
visitors

Maria Eline Sørensen  
Naturbasert reiseliv



## Forord

Denne masteroppgaven har vært en prosess i delvis ukjent terreng. Det har vært både krevende og givende å arbeide seg gjennom oppoverbakkene, og jo bedre var følelsen når toppen ble beseiret. I den anledning vil jeg gi ros til dem som gav veiledning på stien mot målet.

Tusen takk til daglig leder Espen Prestbakmo, ved Midt-Troms Friluftsråd, for tilliten til å få utføre en undersøkelse på Senjas turstier og for muligheten til å få delta på Sti-konferansen på Hamar 2017. Tusen takk for samarbeidet med undersøkelsen i forkant og underveis til mine tre medstudenter; Gørill J. Danielsen, Marie E. A. Anderzén, og Mariann Fredriksen, som også har skrevet sine masteroppgaver om Senja.

Takk til alle informantene som har deltatt i før- og etter-undersøkelsen, uten dere ville ikke oppgaven hatt innhold. Ønsker å takke veiledere for god veiledning og tålmodighet: Kathrin Jathe og Sjur Baardsen, Peter Fredman, Stian Stensland, og Vegard Gundersen ved Norsk institutt for naturforvaltning (NINA), uten dere hadde ikke oppgaven blitt til. Til slutt vil jeg gi et stort tusen takk for oppmuntrende ord og støtte underveis - kjære medstudenter, nære venner og familie, hadde ikke klart det uten dere!



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

Maria Eline Sørensen

## Sammendrag

Prosjektet, som denne masteroppgaven er en del av, ble utført i samarbeid Midt-Troms Friluftsråd (MTF), Fylkesmannen i Troms, Norsk institutt for naturforskning (NINA), og ”Senjagrappa”. Fylkesrådet i Troms gav støtte til behovet for kartleggingen, og bevilget 60 000,- som et bidrag for å studere 8 utvalgte turstier for å øke kompetansen i en retning av en mer bærekraftig utvikling av Senja (Fylkesmannen i Troms., 2016).

De siste årene har Senja opplevd en enorm økning i antall besøkende og den viktigste grunnen til besøk er naturbaserte opplevelser. Dette prosjektet hadde derfor til hensikt å utføre en kartlegging av besøkende på turstier ved Senja. En økt kunnskap om hva som tiltrekker og motiverer den besøkende til å velge Senja som turmål kunne hjelpe å opprettholde de miljømessige, kulturelle og sosiale ressurser hvor det har oppstått svært negative konsekvenser ved andre tilfeller. Fordi Senja er i startfasen av å bli kjent kan en bevisstgjøring av potensielle problemstillinger gi fordeler i fremtidig utvikling.

I kartleggingen ble det gjort en kvantitativ innsamling, i to runder, for 8 turstier på Senja. Undersøkelsen skulle besvare problemstillingen ”*Hvordan kan turgåere motiveres til å velge Senja som turmål?*”. Nasjonale og internasjonale besøkende har ulike motiver og holdninger til tilrettelegging, og en løsning bør inkludere deres ulike interesser, og bør tas opp gjennom et planleggingsverktøy i fremtidig ledelse.

*Nøkkelbegrep: besøksstrategi, friluftsliv, naturforvaltning, naturopplevelse, reiseliv, tilrettelegging*



## Abstract

This master thesis is part of a project that was conducted in collaboration with Midt-Troms Friluftsråd (MTF), County Governor of Troms, Norwegian Institute for Nature Research (NINA), and “Senjagroup”. The county council in Troms supported the need for visitor monitoring, and granted 60,000,- as a contribution to study 8 selected hiking trails towards increased competence in the direction of a more sustainable development of Senja (Fylkesmannen i Troms., 2016).

In recent years, Senja has experienced a huge increase in the number of visitors and the main reason for visiting is nature-based experiences. This project therefore intended to carry out a survey of visitors on hiking trails at Senja. An increased knowledge of what attracts and motivates the visitor to choose Senja as a destination could help maintain the environmental, cultural and social resources where there have been very negative consequences in other cases. Because Senja is in the starting phase of becoming known, awareness rising of potential issues can provide benefits in future development.

The survey had a quantitative approach and was conducted in two separate cases for the 8 chosen hiking trails at Senja. The survey should lead to an answer to *“How can hikers be motivated to choose Senja as a destination?”*. National and international visitors have different motives and attitudes towards facilitation and one solution should include their various interests should be addressed through a planning tool in future management.

*Keywords: facilitation, nature experience, nature management, outdoor recreation, tourism, visitor strategy*

# Innholdsfortegnelse

<b>Forord</b> .....	<b>I</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>II</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>III</b>
<b>1.0 Innledning</b> .....	<b>1</b>
1.1 Oppgavens formål/bakgrunn.....	1
1.2 Problemstilling.....	4
<b>2.0 Teori</b> .....	<b>6</b>
2.1 Naturbasert reiseliv.....	6
2.1.1 <i>Friluftsliv</i> .....	7
2.1.2 <i>Allemannsretten</i> .....	8
2.1.3 <i>Utviklingen av det naturbaserte reiselivet og friluftslivet i Senja</i> .....	8
2.2 Motivasjonsprosessen.....	10
2.2.1 <i>Push og Pull faktorer</i> .....	11
2.3 Preferanser for rekreasjon og opplevelse.....	12
2.4 Villmarkspurisme skala.....	14
2.5 Rekreasjon klassifiseringsmodell.....	15
<b>3.0 Metode</b> .....	<b>18</b>
3.1 Forskningsgrunnlag.....	18
3.2 Områdebeskrivelse.....	18
3.3 Forberedelser svarkasseundersøkelsen Senja.....	20
3.4 Besøksstudie Senja.....	20
3.4.1 <i>Tellere</i> .....	23
3.4.2 <i>Bortfallsanalyse ved turstiene</i> .....	24
3.5 Planlegging og utforming av e-postundersøkelsen.....	25
3.5.1 <i>Begrensninger</i> .....	27
3.6 Dataanalyse.....	28
3.6.1 <i>Validitet</i> .....	29
3.6.2 <i>Reliabilitetsanalyse</i> .....	30
3.6.3 <i>Faktoranalyse</i> .....	32
3.6.4 <i>Forholdet mellom motiver og puristiske holdninger for turgåerne</i> .....	34
<b>4.0 Resultat</b> .....	<b>35</b>
4.1 Sosio-demografiske forhold.....	35
4.1.1 <i>Svarkortundersøkelsen</i> .....	35
4.1.2 <i>E-postundersøkelsen</i> .....	35
4.2 Rekreasjons- og erfaringspreferanser til turgåere.....	36
4.3 Puristiske holdninger til nasjonale og internasjonale turgåere.....	38
4.4 Nasjonale og internasjonale turgåere sammenlignet med motiv og puristisk holdning.....	39
4.5 Fornøydhet til nasjonale og internasjonale turgåere.....	40
<b>5.0 Diskusjon</b> .....	<b>41</b>
<b>6.0 Konklusjon/oppsummering</b> .....	<b>47</b>
<b>Litteraturliste</b> .....	<b>49</b>
TABELL 1 ROS RAMMEVERK.....	17
TABELL 2 FORDELING AV ANTALL REGISTRERTE BESØK OG SVAR SENJA SOMMER 2016.....	22

# 1.0 Innledning

## 1.1 Oppgavens formål/bakgrunn

Senja i Norge er et spesielt attraktivt reisemål for besøkende som søker natur og naturbaserte opplevelser (Tuftin, n.a.). Norgesferie er i vinden og nylig ble det påpekt hvor vakkert og enestående uoppdagede Senja er for fritidsopplevelser (God morgen Norge, 2017). Ett av flere behov som følger av den økende etterspørselen etter naturbaserte opplevelser er behovet for kunnskap om besøk på turstier, og da særlig om de besøkendes holdninger og atferd. Midt-Troms Friluftsråd (MTF), gav uttrykke for et ønske om en kartlegging av hvilke effekter en økende popularitet ved turstiene på Senja kan medføre i fremtiden. Det vi allerede vet er at en manglende helhetsvurdering vil kunne medføre negative konsekvenser for utviklingen av det naturbaserte reiselivet (Kajala, et al., 2007).

Å øke forståelsen om holdningene og motivene til turgåere som besøker turstier vil kunne hjelpe oss å forstå hvilke behov eller ønsker som motiverer turgåeren i sin planlegging av besøket (Vistad & Vorkinn, 2012). Dette kan derfor gi nyttig kunnskap i arbeidet med å tilrettelegge for turgåere ved Senjas turstier. Stiene vil av den grunn kunne få økt oppmerksomhet og muligheten til å større grad bli verdsatt, både i et lokalt og nasjonalt samfunnsperspektiv. Turstiene har allerede en stor betydning for MTF som er delansvarlig i forvaltning av turområder på Senja. MTF deltar i det nasjonale Turskiltprosjektet som startet i 2013. Samarbeidet foregår mellom private, offentlige og frivillige aktører som har til mål å synliggjøre mulighetene for friluftsliv og naturbaserte opplevelser som også innebærer turstier (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017). Arbeidet består i hovedsak av å merke, skilte og opprettholde ferdselsårer for å øke tilgjengeligheten for allmenheten, og er et samarbeid mellom Gjensidigestiftelsen og fylkeskommunene (Bredin et al., 2015).

Det er tidligere vist gjennom flere undersøkelser at i gjennomføring av tilretteleggingstiltak vil kunnskap om motivasjon og preferanser til turgåere være formålstjenlig (Vistad & Vorkinn, 2012; Gundersen et al., 2015). Å øke kunnskapsgrunnlaget for besøksantallet ved turstier på Senja er nødvendig ikke bare fordi Senja blir omtalt og ansett som ”det uoppdagede Lofoten”, men også fordi at dersom etterspørselen fortsetter i samme takt, krever det at forholdene legges bedre til rette for det økende besøket. Det som i dag lokalt blir omtalt som verdens vakreste øyrike har blitt satt på agendaen mot å oppnå et bedre samarbeid mellom involverte parter. Og det haster ifølge en av aktørene, MTF, dersom man skal klare å unngå samme vanskeligheter som over tid har fått utvikle seg og dermed fått etablert seg i Lofoten. En av de uønskede situasjonene som har fått søkelys er telting på kirkegårder. Dette ansees som et stort problem, og årsaken til det kan være at fasilitetene ved området ikke er tilrettelagt for denne type aktivitet (Budalen, 2015, 26. juli). Det har også oppstått reaksjoner mot dårlig ivaretagelse av sentrale attraksjoner hvor disse har blitt oversett fordi profitten har blitt mer vesentlig i forhold til det å ta vare på og styre utviklingen av opplevelsesressursen (Valberg, 2015, 19. juni).

Et av forslagene er å innføre en internasjonal trend ved å la dem som har bidratt med sponning av tilretteleggingstiltak få sitt navn publisert i ulike settinger. Dette vil kunne gi positiv markedsføring både for stedet i seg selv, men også for den som har gitt sitt bidrag til arbeidet (Valberg, 2015, 19. juni). Daglig leder og reiselivssjef i Destinasjon Lofoten, Elisabeth Dreyer, har uttalt i samme artikkel at det lenge har vært ønskelig med en turistskatt i områder som er særlig belastet av tilstrømmingen av turister, men dette har andre kommuner vært negative til og satt en stopper for.

Den samme problematikken kan være relevant for Senja å være oppmerksom på i fremtiden. En av årsakene til den eksplosive økningen i antall besøk kan være at Norge generelt sett blir sett på som et svært attraktivt reisemål for naturopplevelser (Reiseliv, 2016,

2. november; Kolderup, 2016, 16. august), og at dette også gjelder Senja. MTF hevder derfor at den viktigste grunnen til å besøke turistdestinasjonen Senja er å utføre aktiviteter og oppnå unike opplevelser gjennom vandring, ski, kajakk, og fersk- og salt-vann fiske i spektakulære og relativt urørte omgivelser.

Hvor mange turgåere som besøker Senja og turrutene der er usikkert. Besøksregistrering kan være en utfordring pga. ulike besøksmønstre: hvor lang tid oppholdet varer, hvilken aktivitet som blir utført, hvor turgåeren beveger seg og hvorfor den gjør som den gjør (Kajala et al., 2007). Senja mangler en kartlegging og kunnskap om de besøkende, men det finnes tilstrekkelige og tilgjengelige metoder og ressurser som kan utdype kunnskapsgrunnlaget.

Kartlegging viser seg å være et behov som spesielt har oppstått ved fjelltoppen Segla. Turstien opp til Segla har oppnådd rask popularitet, i 2015 hadde fjelltoppen over 3000 besøkende, men dette synes å ha sin pris. Deler av turstien er nå forringet av slitasje med påfølgende erosjon og utvasking av masser. Jordmasser og sand har blitt forskjøvet i så stor grad at ved noen partier var stien blitt opptil 10 meter bred (Moe, 2015, 28. august). Naturlig nok oppstår utfordringer knyttet til hvordan forvaltningen skal håndtere besøksantallet, motvirke slitasje og forsøpling, og bevare stedets oppfattede uberørte renhet. Senja er fortsatt i et tidlig stadium i denne utviklingen, og det finnes fortsatt en mulighet til å unngå ytterligere ødeleggelser. Hvis man bruker kunnskap om brukere og om naturen, og i noen tilfeller baserer forvaltningen på en "føre-var" holdning i det fremtidige arbeidet kan det hindre større negative effekter. Hvis ikke, har MTF gitt et varsel om at det ganske sikkert vil oppstå samme sti-problemer som ved andre kjente attraksjoner; Lofoten, Preikestolen, Geiranger og Trolltunga.

Det finnes en rettslig forankring for at friluftsliv og naturopplevelse skal ivaretas også på Senja. Regjeringen har stadfestet følgende som nasjonalt mål i friluftspolitikken:

*”Friluftslivets posisjon skal ivaretas og videreutvikles gjennom ivaretagelse av allemannsretten, bevaring og tilrettelegging av viktige friluftslivsområder, og stimulering til økt friluftslivsaktivitet for alle”* (Klima- og Miljødepartementet, 2016). Regjeringen har gjennom stortingsmeldingen om friluftsliv i 2016 satt et overordnet mål om å ivareta naturen for å kunne bevare tilgangen til alle, slik at de kan utøve og være en del av norsk friluftsliv, nå og i framtiden. I meldingen presiseres det at innen det naturbaserte reiseliv skal det i stor grad dekkes gjennom økt etterspørsel for guiding, kurs og opplevelsestilbud (Klima- og Miljødepartementet, 2016).

For å kunne forvalte og samtidig bruke naturen vil det være nødvendig å ivareta et bredt spekter av ulike besøkende og foreta en organisering av de ulike naturområder i forhold til dette. Et forslag er å ta i bruk et rammeverk som kategoriserer villmark og urbane områder, og et slikt rammeverk har blitt utviklet på 1970-tallet ved navn ROS og vil utdypes under teoridelen (Clark & Stankey, 1979; Driver, 1983).

## **1.2 Problemstilling**

Hovedformålet med undersøkelsen var å oppnå en bedre forståelse for besøksmotivene og holdningene for tilrettelegging blant nasjonale og internasjonale besøkende ved turstiene på Senja. Det ble benyttet en kvantitativ undersøkelse for å styrke kunnskapsgrunnlaget om den besøkendes karakteristikk og for underliggende motiver for besøket. Dette fordi Senja er et gryende eksempel som er på vei mot å bli en internasjonalt kjent attraksjon. Ved å sammenligne nasjonale og internasjonale besøkende ville det fortelle noe om forutsetningene og fremtidig forvaltning av turstiene på Senja.

I dag finnes det mye kunnskap om hvilke sosiale, miljømessige, kulturelle og økonomiske effekter reiselivet skaper for en destinasjon. Men hvert tilfelle bør behandles unikt og inkludere strategier med forutsetning i stedets egenskaper. På bakgrunn i

forutsetningen bør man lage en detaljert beskrivelse om underliggende motiver som vil kunne beskrive hvordan turgåerne opplever verdien av turstiene på Senja. Norge har som nevnt en økende etterspørsel etter naturbaserte opplevelser og i den sammenheng vil en segmentering av de besøkende tilsi hvilke motiver som bør tas mest hensyn til på det enkelte sted og sti. Dette for at tilretteleggingen skal ivareta spekteret av besøkende. En økt kunnskap om motivasjon og dens prosess vil også gjøre det mulig å styrke samarbeidet mellom ansvarlige aktører innen sti-utvikling. Det kan sette fokus på stiens rettsgrunnlag og hvordan stien best kan ivaretas i plansammenheng og hvilken form av tilrettelegging det skal satses på i fremtiden på Senja. Hovedproblemstillingen var: *”Hvordan kan turgåere motiveres til å velge Senja som turmål?”*

For å kunne svare på problemstillingen ble to forskningsspørsmål utviklet, og disse skulle være til hjelp med å finne svar.

Forskningsspørsmål:

1. Finnes det forskjeller hos de besøkende i motiver for valg av tursti?
2. Finnes det forskjeller i holdninger og preferanser hos de besøkende knyttet til tilretteleggingsgrad og det å møte andre folk på tur?

## 2.0 Teori

### 2.1 Naturbasert reiseliv

I dag finnes få universelle definisjoner på naturbasert reiseliv og hva fenomenet innebærer, men det har blitt gjort flere forsøk på definisjoner som knytter begrepet naturbasert og fenomenet reiseliv. For å kunne definere hva som er naturbasert reiseliv er det hensiktsmessig med en forståelse for hva reiseliv innebærer. Verdens turismeorganisasjon (UNWTO) beskriver reiseliv som:

*”et sosialt, kulturelt og økonomisk fenomen som innebærer bevegelsen av mennesker til land eller steder utenfor deres vanlige miljø av personlige eller business relaterte grunner. Disse mennesker blir betegnet som besøkende (det kan være enten turister eller mennesker på utflukt, beboere eller ikke-bosatte) og turisme har å gjøre med deres aktiviteter, som involverer en reiselivsutgift” (UNWTO, 2014, februar. s. 1).*

I Norge er naturbasert reiseliv en viktig del av den økonomiske, miljømessige, kulturelle og sosiale verdiskapningen, og dette har blitt bekreftet gjennom en undersøkelse som resulterte i ”The Travel & Tourism Competitiveness Index” rapport fra 2015. Norge fremstår med en total indeksverdi på 4.52, på en verdiskala fra 1-7, basert på måling av de overordnede kriteriene, utviklende miljø, reiselivets politikk og muligheter, infrastruktur, og naturlige og kulturelle ressurser (Schwab et al., 2015 s. 260). Norge ble arrangert på plass 20 av 141 land i undersøkelsen. I nærmere ettersyn viser undersøkelsen av kriteriet naturlige og kulturelle ressurser at Norge er plassert under gjennomsnittet, verdi = 3.09 på en skala fra 1-7, når det gjelder å fremheve og forvalte norsk natur (Schwab et al., 2015 s. 260). Det betyr at



det foreligger et potensiale mot en utbedret forvaltning og utvikling av det naturbaserte reiselivet. I denne sammenhengen var Fredman et al. (2009 s. 24) sin definisjon av naturbasert reiseliv naturlig å bruke som sier ”Naturturism omfattar människors aktiviteter när de vistas i naturområden utanför sin vanliga omgivning”.

### **2.1.1 Friluftsliv**

Å utøve friluftsliv har i lang tid vært en sentral del av norsk kulturarv, vår nasjonale identitet, og er den vanligste formen for å utøve aktivitet (Odden, 2009). Friluftsløven bidrar til at muligheten for å oppholde seg og ferdes i naturen kan gjennomføres, også i fremtiden (Friluftsløven, 1957). Frem til langt ut på 1900-tallet var vandring en nødvendighet forbundet med gjøremål og å ta seg fra et sted til et annet (Lyngø et al., 1993). Senere har denne formen for ferdsel blitt mer forbundet med rekreasjon i naturen og ikke forbeholdt de som hadde ærend i utmark (Faarlund & Foreningen til Ski-Idrettens Fremme, 1973). I dag er naturbasert reiseliv nært beslektet med det vi kjenner som friluftsliv (Klima- og Miljødepartementet, 2016).

I skjæringsfeltet mellom friluftslivet og naturbasert reiseliv har nye ”sportifserte” og spesialiserte aktiviteter vokst frem (Mehmetoglu, 2007; Tuftin, n.a.), og dermed har skillet mellom disse to begrepene minket og ført til en intensivert deling av samme arena (Tangeland & Aas, 2011). Denne intensivering medfører at nye utfordringer kan oppstå, men også mulighet til å forene disse to aktiviteter på samme plan (Buckley, 2000; Fredman et al., 2009). Turstier i norsk utmark har gjennomgått en endring i hvordan disse brukes. I dag velger flertallet av turgåere å oppsøke naturen for et antall varierende aktiviteter, men hovedsakelig er en som utøver friluftsliv den som benytter naturen til fots, med ski eller ved hjelp av annet ikke-motorisert fremkomstmiddel. Turstinettverket i Norge er godt utviklet (Den Norske Turistforening, 2017). Traseene har primært blitt etablert for ferdsel til fots (Kultur og Kirkedepartementet, 2008). Traseen skal være enkelt ryddet, skiltet og merket med en

begrenset grad av opparbeiding. Turstien er som oftest knyttet til natur- og friluftsområder og fremkommeligheten, i forhold til en vanlig sti, forbedret ved å lede bort overvann, bygge klopper og mindre bruer (Kultur og Kirkedepartementet, 2008).

### **2.1.2 Allemannsretten.**

Allemannsretten står sterkt i Norge og vi er privilegerte da denne retten er sterkt forankret politisk, juridisk og av oppslutning i befolkningen. Hovedprinsippene for retten er fastlagt i Frilufsloven (1957). Allemannsretten gir innenfor visse rammer rett til at alle kan ferdes fritt i utmark hele året, og innmark vinterstid, uavhengig av hvem som eier grunnen, og det skal kunne gjøres kostnadsfritt. Det er lov å overnatte, ri eller sykle på stier og veier, benytte salt- eller fersk-vann til å bade, padle, ro og bruke seilbåt, fiske fritt etter saltvannsfisk og å plukke bær, sopp og blomster så lenge man opptrer med respekt for mennesker og miljøet. (Allemannsretten, 2013; Klima og Miljødepartementet, 2016).

### **2.1.3 Utviklingen av det naturbaserte reiselivet og friluftslivet i Senja.**

Naturbasert reiseliv er nært knyttet til friluftslivet fordi det bruker allemannsretten på et felles naturgrunnlag. Innen kommersiell virksomhet fremtrer en stor del av verdiskapningen på bakgrunn av den norske natur- og kultur-arven. Samtidig som at naturen er en viktig ressurs for allmenheten har den også en betydningsfull rolle for mange norske reiselivsaktører. Flere av aktørene innen reiseliv bidrar på steder til et utbedret friluftslivstilbud som for eksempel gjennom tilrettelegging av stinettverk som gagnar både allmennheten og internasjonale besøkende. Regjeringen i Norge har lagt føringer for en bedre tilrettelegging av friluftslivet (Frilufsloven, 1957; Klima- og Miljødepartementet, 2016). Reglene skal bidra til en bærekraftig forvaltning og ivaretagelse gjennom bedre samhandling av reiselivet og dets verneverdier. Utbedringen bør utføres i alle ledd; de miljømessige, kulturelle, sosiale og økonomiske (Brandtzæg & Haukeland, 2014; Klima- og

Miljødepartementet, 2016). Foreløpig har arbeidet med nasjonale besøks-, markedsførings- og tilretteleggings-strategier dreiet mer i retning nasjonalparker i Norge, hvor det blant annet er igangsatt implementering av ny merke-, besøks- og kommunikasjonsstrategi (Nærings- og handelsdepartementet, 2012). Dette fører til en økning av tilreisende turister, men den forholder seg ikke kun til avgrensede nasjonalparkområder.

Klima- og Miljødepartementet (2016) viser til en undersøkelse utført på internasjonalt nivå at reiselivsnæringen har hatt en årlig total vekst på 10-12 prosent, og Norge var også med i denne beregningen. Dette kan bety at økningen medfører et behov for utbedret tilrettelegging som ivaretar turistene. Den økende kombinasjonen av søken etter opplevelser og dertil forhastet tilrettelegging gir muligheter for å lett ta seg til naturen for å utøve friluftsliv og ulike former for aktiviteter. Etterspørselen etter aktiviteter basert på bruk av natur er den raskest voksende innen reiselivsnæringen (Iversen et al., 2015).

Et klassisk eksempel er fra Reinebringen i Lofoten. Her ble tilretteleggingstiltak satt i gang i seneste laget noe som hadde negative miljømessige effekter. Fjellet fremsto som svært forringet av besøkstrafikken da Lofoten Friluftsråd uttrykket mangel på den beste løsningen mot en bærekraftig bruk og forvaltning. Det ble etablert en prosjektgruppe bestående av lokale aktører som tok til dialog med grunneiere og nasjonale rådgivere for å utarbeide en strategi. Denne skulle brukes for å rette opp de negative effektene som var oppstått ved Reinebringen. Det ble satt krav om strakstiltak for sikring i form av advarselskilt, utdeling av informasjonsmateriell til sentrale reiselivsaktører og tilrettelegging som skulle henvise til andre turer som alternativ. Del to i planen gikk ut på et større inngripende der omlegging av deler av traseen skulle utføres (Steen & Lofoten Friluftsråd, 2015, 12 juni). Omleggingen av turstien til Reinebringen var et samarbeid utført av Stibyggjaren AS og sherpaer fra Nepal og ble satt i gang sommeren 2016. Det ble oppfordret til å benytte andre turalternativer i perioden når arbeidet ble utført (Hårklau, 2016, 14. august). I et slikt arbeid er et "føre-var" prinsipp et

godt utgangspunkt. Et rammeverk som ledelsen kan forholde seg til kan effektivisere arbeidsprosessen. Brown et al. (1978) har utviklet et rammeverk som kan være nyttig i denne planleggingen. Dette vil bli forklart nærmere i avsnittet 2.5.

## **2.2 Motivasjonsprosessen**

Hovedgrunnen med å identifisere motivet til forbrukeren er å kunne foreta en markedssegmentering. For beslutningstakere vil det åpne opp for å kunne spesifisere strategier mot å påvirke forbrukerens ønsker og beslutningsprosessen (Kay, 2003). Forbrukerens atferd fremtrer når forbrukeren leter etter, kjøper, bruker, evaluerer og kvitter seg med produkter, tjenester eller ideer (Schiffman et al., 2012).

Motivasjon er grunnleggende som faktor for å utføre en handling (Ryan & Deci, 2000). Det finnes et bredt spekter av forklaringer for hva som fører til at mennesker motiveres. Motivasjon kan defineres som de underliggende kreftene eller interne faktorene som for eksempel en hensikt eller et ønske som vekker og styrer menneskelig atferd (Iso-Ahola, 1999). Når motivasjon skal forklares så er det også nødvendig å forklare et behov. Et behov kan defineres som en følt mangel og når behovet har oppstått vil målet også være definert (Brochs-Haukedal, 2011). Schiffman et al. (2012) er også enig i at disse to henger tett sammen og det ene er avhengig av det andre.

En måte å forklare motivasjon på er å avgrense de viktigste teoriene anvendt i studier for hva som motiverer turister. Retningene for teoriene kan avgrenses til å basere seg på behov, verdier, ettertraktede fordeler eller forventinger, ifølge Kay (2003). En kognitiv beslutningsmodell kan redusere mangfoldigheten og gi en dypere forklaring på hvordan prosessen forløper. Modellen beskriver at motivasjon må starte med en aktivering som går over til en intensjon som deretter fører til en handling som vil resultere i ytelse. Prosessen blir underveis påvirket av indre faktorer (behov, mål og kompetanse/evne) og ytre faktorer (sosial

fasilitering, belønning og praktiske forhold) (Mitchell & Larson, 1987; Brochs-Haukedal, 2011).

Aktivering starter som en erkjennelse av at det finnes et udekket behov gjennom et opplevd avvik fra den faktiske tilstanden til den ønskede tilstanden. Intensjonen fører til søk etter informasjon i omgivelsene eller i selvet som kan løse problemet. Her spiller de indre og ytre faktorene en rolle for hvilke alternativer som blir ansett som viktige (Vistad et al., 2014). Deretter består handlingen i å vurdere alternativene mot hverandre som vil resultere i en ytelse mot å gjennomføre valgt tilfelle (Mitchell & Larson, 1987; Schiffman et al., 2012).

### **2.2.1 Push og Pull faktorer.**

”Push” og ”pull” faktorer er anerkjent og anvendt for å forklare hvorfor mennesker reiser. ”Push” faktorene er grunner basert på sosio-psykologiske motiver som virker skyvende eller trekkende mot vurdering og avgjørelse for hvor og når det blir valgt å gjennomføre en reise (Dann, 1981). ”Pull” faktorer omhandler de grunner til å reise basert på vurderingen av hva som virker tiltrekkende for den som ønsker å reise. Poenget er å finne grunnene for eller mot å reise og hvordan disse grunnen blir vurdert i sammenheng i forhold til en avgjørelse av den som ønsker å reise til å faktisk utføre reisen (Crompton, 1979). Et ”push” kan preges av mange ulike elementer, og flere definerer dette som ønsket om å flykte for å oppleve noe annerledes enn ved hjemstedet (Dann, 1981; Graburn, 2001; MacCannell, 2001; Wall & Mathieson, 2006). Urry (2002) mener at når man reiser bort et sted gjøres det for å se på og oppleve omgivelsene med ny interesse og nysgjerrighet enn hva man ellers har ved sitt hjemsted. Det ettertraktes å finne noe som er autentisk fordi i de samfunn vi lever i blir stadig mer homogeniserte (MacCannell, 2001). Siden hver eneste destinasjon blir i stadig større grad ensartet blir ønske om finne noe som er utenom det vanlige og derfor øke indre og ytre ”push” og ”pull” faktorer.

Horner og Swarbrooke (2016) skiller fra to ulike hold også mellom to motivasjonstyper i reiselivet. Det som motiverer til at man tar en ferie, og det som motiverer til å ta en utvalgt ferie til en spesifikk destinasjon til en gitt tid. De presenterer en modell som viser hvordan de ulike typer av motivasjon påvirker atferden til den reisende, og der de ulike elementene i påvirkningen oppstår gjennom det som kan være på det kulturelle-, psykiske-, emosjonelle-, og personlige plan, eller også være relatert til personlig utvikling og ønsket om status. Det finnes intern og ekstern påvirkning og dette kan sammenlignes med et bilde hvor turistene er i sentrum og påvirkes først og fremst av seg selv (internt). Rundt turistene ligger rammen av det nærmeste miljøet turistene lever i, dens venner og familie. I ramme nummer to følger påvirkning av markedsaktiviteter fra reiselivsindustrien som for eksempel sosiale medier. Ramme nummer tre er alle medier og hvordan disse påvirker turistene. Ytterst består rammen av de nasjonale samfunnsmessige økonomiske, sosiale og teknologiske faktorer som bidrar til ekstern påvirkning. Disse ulike rammene kan påvirke atferd i reiselivssammenheng på ulike nivåer, i ulike grader, til ulike tider (Horner & Swarbrooke, 2016).

### **2.3 Preferanser for rekreasjon og opplevelse**

Det har blitt gjort en rekke forsøk på å definere hva friluftslivsattferd innebærer (Raadik et al., 2010). For å tilnærme seg dette feltet har det blitt utviklet en skala for undersøkelse basert på rekreasjon og opplevelses preferanser, såkalt REP-skala (Driver, 1983; Manfredo et al., 1996). Den originale REP-skalaen var utformet etter 19 konstruksjoner med tilhørende 328 forklarende elementer (Driver, 1983). Denne er fortsatt aktuell og anvendt innen forskning for å kartlegge hva som motiverer friluftsutøvere til å bruke naturen (Fredman & Wikström, 2015; Garms et al., 2016).

I alt var 35 av elementene i denne undersøkelsen hentet fra den originale listen til Driver (1983) og denne var blant annet benyttet i tidligere undersøkelser utført i villmarksområdet Adirondack State Park, New York, og også i Fulufjället nasjonalpark,

Sverige (Driver, 1983; Newman & Dawson, 1998; Raadik et al., 2010; Garms et al., 2016). Konstruksjonene med tilhørende elementer er nøyaktig lik de som ble benyttet i undersøkelsen på tyske turister i Fulufjället for å undersøke deres reisemotiv i en skandinavisk kontekst (Garms et al., 2016) (se vedlegg 2). Sammensetningen av de ulike konstruksjonene har blitt endret på i forhold til hva som har kommet frem i nyere forskning. Ifølge Haukeland et al. (2010) viste undersøkelse av motorister fra utlandet som reiste med ferge i 2008 at konstruksjonen ”Inspirasjon” kunne forklare 38% av variansen. Analysen som ble brukt var en faktoranalyse med varimax rotasjon, og resultatet ble benyttet i senere kvalitativ forskning. Konstruksjonen ”Inspirasjon” inkluderte også de samme elementene ”oppleve naturens magi og mysterier”, ”anskaffe en dypere følelse for livet”, og finne inspirasjon i naturlige omgivelser” som ved forskningen til Garms et al. (2016).

I konstruksjonen ”Delt ensomhet” ble det lagt til to elementer, ”kjenne en spesiell nærhet til andre” og ”andre i gruppen aksepterer meg for den jeg er” i undersøkelsen til Garms et al. (2016). Årsaken til dette er å finne i en studie utført av Borrie og Roggenbuck (2001) som viste et fokus på relasjoner og nærhet til andre foran selve besøket i naturen (Garms et al., 2016). Elementene viste i faktoranalyse en høy kommunalitet (communalities) som gjorde det ønskelig å prøve ut samme elementer i en annen kontekst. Begrunnelsen for å legge til elementene var også basert Manfredo et al. (1996). I studien ble det gjort en meta-analyse av 36 studier hvor REP-skalaen var brukt og der var funnet pålitelig i forskning mellom årene 1975-1979. Analysen av de samlede forskningene viste at sosiale faktorer spilte en betydningsfull rolle. Derfor ble konstruksjonen ”Delt ensomhet” utvidet med to elementer som har betydning for en sosial kontekst. Det samme studiet uttrykte anbefalinger om hvordan fremtidig forskning best kunne sikre at undersøkelser ble utført på et gyldig og pålitelig vis. Det ble presisert hvor betydningsfull REP-skalaen er og desto viktigere er en riktig anvendelse av denne i vitenskapelig forskning på fritid (Manfredo et al., 1996).

For den ny konstruerte skalaen viste det seg at noen elementer kunne ha til hensikt å måle det samme forholdet, og derfor ble disse fjernet. Konstruksjonen ”Selvopdagelse” ble kortet ned ved å fjerne et element som korrelerte med to allerede eksisterende elementer, ”muligheten å lære seg selv å kjenne” og ”komme i kontakt med mitt sanne jeg”. Likeledes ble det fjernet to elementer fra konstruksjonen ”Utforskende” som korrelerte med elementene ”oppleve vakker utsikt” og ”se dramatisk landskap” (Garms et al., 2016)

## **2.4 Villmarkspurisme skala**

Wilderness purism scale (WPS) er et verktøy som benyttes for å kartlegge grunnleggende preferanser og holdninger til gradienter som går på grad av urørthet, grad av tilrettelegging og grad av antall andre besøkende i naturen (Vistad & Vorkinn, 2012). Hensikten med å bruke denne skalaen er et forsøk på å finne de relative stabile mentale egenskaper ved respondenten, det vil si en uavhengig variabel (Vistad & Vorkinn, 2012). Det skal kunne gi oss utbedret innsikt for hvilke preferanser som er grunnleggende for selve besøket og hjelpe i arbeidet med å forstå den besøkendes motiv, miljømessige holdninger, atferd og erfaringer; avhengige variabler (Vistad & Vorkinn, 2012). Holdningene blir målt ved å be respondenten se bort fra den situasjonen han eller hun er i og tenke seg hvordan den ideelle situasjonen for den ville være. I spørsmålet skal respondenten arrangere sitt svar på en 7-punktskala, hvor 1 = Svært negativ til..., 7 = Svært positiv til..., og 4 = nøytral.

Spørsmålsbatteriet er blitt inkludert i flere undersøkelser siden 2002 i Norge. I en undersøkelse fra 2012 gjennomført på Svalbard viser resultater at fotturistene der blir i stadig større grad mer puristiske og spørsmålet som oppsto i etterkant var om det samme gjaldt for fastlandet Norge (Hagen et al., 2012). Det er også gjennomført en rekke studier på fastlandet for kartlegging av grad av puristiske turgåere, og spesielt mange nasjonalparker, for eksempel i Rondane og Jotunheimen nasjonalpark (Andersen & Gundersen, 2010; Vistad & Vorkinn, 2012).



Svarene respondentene gir på 8 spørsmål struktureres slik at de som ikke ønsker særlig grad av tilrettelegging (6 spørsmål) og heller ikke ønsker å møte andre folk på turen (2 spørsmål) oppnår høye verdier. Likert-skalaen oppdeles enkelt inn i tre gjensidige store kategorier som representerer gruppene ”Lavpurist” (1-3.50), ”Mellompurist” (3.51-4.49) og ”Høypurist” (4.50-7). I denne studien ble det derimot gjort et lite avvik fra normalen, ved at spørsmål 8 ble snudd, i stedet for spørsmål 1-7 (Vistad & Vorkinn, 2012). Det medførte at purismegruppene i denne omgang blir omvendt av det de er i andre studier. Altså Høypurist (1-3.50), Mellompurist (3.51-4.49) og Lavpurist (4.50-7). Ut fra denne kategoriseringen muliggjøres det å gruppere og sammenligne respondentene i undersøkelsen som i utgangspunktet har ulike oppfatninger (Vistad & Vorkinn, 2012).

## **2.5 Rekreasjon klassifiseringsmodell**

Organiseringen i det naturbaserte reiselivet kan være vanskelig å beskrive fordi fenomenet er kontinuerlig i endring. Dermed kan det oppstå følger som skaper usikkerhet og uklarheter når nye ledere tiltrer, nye allianser etableres og nye muligheter oppstår (Jacobsen & Viken, 2002). På begynnelsen av 60-tallet økte interessen for friluftsliv raskt og dermed ble det utformet et klassifiseringssystem for ledelse av friluftsliv. En av de første var en håndbok som forklarte hvordan land kunne kategorisere villmark til urbant liv på en skala og denne ble utformet av Arthur Carhart (1961).

Videre ut på 1970-tallet har Recreation Opportunity Spectrum (ROS) blitt utviklet som et nyere forslag mot et rammeverk for ledelse og inndeling av turområder (Driver & Brown, 1978; Clark & Stankey, 1979; Driver, 1983). Rammeverket har blitt kjent for å synliggjøre verdien med å bevare mangfoldet for friluftslivet, men utgangspunktet var å ta vare på opplevelseskvaliteter i den enden av skalaen som går mot villmark (Manning, 2011). ROS ble i starten utviklet av flere forskere og på bakgrunn av dette utledet et fåtall av forskjeller men

tilnærmingen er den samme (Brown et al., 1978; Brown et al., 1979; Clark & Stankey, 1979; Manning, 2011).

Clark og Stankey (1979) henviser til en mindre rigid skala hvor det finnes sammenhenger mellom innstillingen til rekreasjon og psykologisk tilstand. I denne ble det benyttet seks forklarende faktorer for ledelse av rekreasjon: tilgang, ikke-fritidsbruk ressursområde, ledelse på stedet, sosial interaksjon, aksept for besøkspåvirkning, aksept for områderegulering (Clark & Stankey, 1979). Brown et al. (1979) har valgt en mer forklarende tilnærming på hva som definerer mulighetene for rekreasjon. Det har blitt utviklet kriterier og standarder innen tre dimensjoner som er viktig for opplevelse, det fysisk-biologiske (naturgrunnet), det sosiale og det forvaltningsmessige. Gradienten av disse variablene gir et spekter av opplevelser, som igjen deles inn i kategorier eller klasser etter behov. Kategoriene som Brown et al. (1979) definerte består av 6 klasser: primitiv (P), semi-primitiv - ikke-motorisert (SPNM), semi-primitive - motorisert (SPM), rustikk (R), konsentrert (C), moderne urban (MU).

En forenklet og oversatt utgave av modellen beskriver hvordan kategoriene representerer muligheten for den beste opplevelsen den enkelte friluftsutøver ut fra hvilke grunner disse har til å oppsøke naturen (Brown et al., 1978) (se tabell 1) ROS er velbrukt, både som et teoretisk rammeverk og som et konkret forvaltning- og planleggingsverktøy for å differensiere opplevelseskvaliteter på areal (Gundersen et al., 2015).

**Tabell 1 ROS rammeverk**

Recreation Opportunity Spectrum: Et rammeverk for planlegging, ledelse og forskning av Brown et al. 1978 (Oversatt og moderert)

Mulighetsklasse	Opplevelsesmulighet	Psykisk-, fysisk- og ledelsesstruktur
<b>Primitiv (P)</b>	Isolasjon (fri fra lyd og syn fra alle og enhver). Føle seg som en del av et naturlig miljø. Sjanse for utfordring og risiko. Kunne bruke villmarksferdigheter.	Området karakteriseres å være stor i størrelse. Konsentrasjonen av brukere er lav og det finnes få spor av disse. Området holder ingen restriksjoner eller synlig kontroll. Ingen fasiliteter er tilrettelagt. Avstanden mellom besøkende er spredt. Motorisert ferdsel er ikke tillat.
<b>Semi-primitiv, ikke-motorisert (SPNM)</b>	Noe isolasjon fra andre, men ikke like stor grad som ved P. Høy grad av interaksjon med det naturlige miljø. Moderat mulighet for utfordring og risiko. Kunne benytte villmarksferdigheter.	Området karakteriseres som umodifisert. Er moderat til stor i størrelse. Bruken er lav, men det er sannsynlig å se spor av andre. Restriksjoner er diskre og holdt til et minimum. Fasiliteter er utplassert for ivaretagelse av verdifulle ressurser og for sikkerhet til besøkende. Avstanden mellom besøkende kan være spredt til moderat. Motorisert ferdsel er ikke tillat.
<b>Semi-primitiv, motorisert (SPM)</b>	Det er mulig å finne områder med mindre trafikk av besøkende, men det er ikke like viktig som ved P. Høy grad av interaksjon med det naturlige miljø. Moderat mulighet for utfordring og risiko. Kunne benytte villmarksferdigheter. Tydelig mulighet for bruk av motorisert utstyr.	Området karakteriseres som umodifisert som er moderat til stor i størrelse. Bruken er lav men det er tegn på andre besøkendes tilstedeværelse. Restriksjoner er diskre og holdt til et minimum. Fasiliteter er utplassert for ivaretagelse av verdifulle ressurser og for sikkerhet til besøkende. Avstanden mellom besøkende kan være spredt til moderat. Motorisert ferdsel er tillat.
<b>Rustikk (R)</b>	Lik mulighet for områder hvor det ses og høres andre besøkende som å ikke se eller høres disse. Høy grad av interaksjon med det naturlige miljø. Utfordring og risiko er ikke særlig viktig. Utprøving av villmarkferdigheter kan være viktig. Både motorisert og ikke-motorisert utstyr kan være ønskelig å benytte.	Området karakteriseres av naturlig miljø men med moderat inntrykk og lyd på andre besøkende. Bruken kan være lav til moderat men det er tilrettelagt fasiliteter for grupper. Bevis på andre brukere er utbredt. kontroll er tilstedeværende og gir en følelse av trygghet. Fasiliteter er tilgjengelig for brukervennlighetens skyld. Lav til moderat tetthet av besøkende ved tilrettelagte fasiliteter. Konvensjonell motorisert bruk er tillatt for vedlikehold av fasiliteter og andre anlegg.
<b>Konsentrert (C)</b>	Ønsker tilknytning og samvær med andre besøkende, som enkeltperson eller i en gruppe. Dette er viktigere enn den fysiske tilretteleggingen. Mulighet for utfordring og risiko er bare gjennom slalåm eller lignende sport. Ikke viktig å anvende villmarksferdigheter.	Området er et tilpasset naturlig område. Andre besøkende i moderat til høy grad mulig å høre og se. Et stort antall fasiliteter er tilrettelagt for et stort antall besøkende. Fasilitetene er ofte tilrettelagt for ulike aktiviteter. Besøkstettheten er ofte moderat til høy hvor disse holder til ved utviklede veier, stier, og vann. Det er tilrettelagt for motorisert ferdsel og parkering er tilgjengelig.
<b>Moderne urbanisert (MU)</b>	Ønsker tilknytning og samvær med andre besøkende, som enkeltperson eller i en gruppe. Dette er viktigere enn den fysiske tilretteleggingen. Ikke viktig å anvende sine villmarksferdigheter.	Området karakteriseres som urbant, med innslag av naturlige elementer. Vegetasjonen er eksotisk og velpleiet. Her finnes flere harde overflater og terrasser. Syn og lyd av andre mennesker er overveiende. Området er designet med elektriske installasjoner og sanitære tjenester. Kontroll og sikkerhet er åpenbart tilstede. Fasiliteter for høyt intensiverte bruksområder er tilrettelagt for å bære tilstrømming av massene.

## **3.0 Metode**

### **3.1 Forskningsgrunnlag**

Denne studien var rettet mot friluftsutøveren som går på tur på Senja. Forskingen ble gjort med hensikt i å utvikle ny kunnskap innen skjæringsfeltet naturbasert reiseliv, friluftsliv og besøksmotivasjon. Senja var relevant for forskning da det ikke var gjort tilsvarende undersøkelser av besøkskartlegging i området tidligere. Det var også ønskelig å søke etter potensiale for fremtidige større studier, og som kunne gi svar på spørsmål innen et forskningsfelt med ansees å ha en begrenset kunnskap, spesielt knyttet til Nord-Norge. Det er vanlig å benytte eksplorerende studier i felt som er nye og har få svar (Sirakaya-Turk et al., 2011). Informasjonsinnhenting ble utført gjennom en kvantitativ spørreundersøkelse og denne har forløpt over to trinn; en feltundersøkelse med bruk av svarkasser og en nettbasert etterundersøkelse. Det var også utplassert tellere ved stiene gjennom forsøksperioden sommeren 2016 får å kunne se hvor mange som beveget seg i området. Til sammenligning for å avklare hvor mange som faktisk besvarte vår undersøkelse i trinn nummer to.

### **3.2 Områdebeskrivelse**

En avgrensning i samarbeid med oppdragsgiver førte til at studieområdet ble et utvalg på ni turstier fordelt på tre kommuner i Senja; Berg, Lenvik, og Torsken. Øya Senja er lokalisert sørvest i Troms Fylke. For lokasjon av Senja og turstiene se figur 1 og 2 (Kartverket, 2017). Senja er en del av Nasjonale turistveier i Norge og har en hovedinnsfartsåre via E6 over bru fra Finnsnes på fastlandet eller med ferge fra Tromsø. Det er også mulig å ta seg til Senja via fergebindelsen fra Andenes på Andøya eller Brensholmen i Botnhamn, men da kun på sommerstid (Statens Vegvesen, 2017). Senja har i underkant av 8000 innbyggere fordelt på kommunene Berg, Torsken, Tranøy, og Lenvik, ifølge Visit Senja

(2017). Hovedsesongen for å gå på tur på Senja er i starten av juli til midten av september. Øya er kjent for å ha flere turruter i natur med urørt preg. De ulike turtraseene har blitt kategorisert og defineres med tre ulike av vanskelighetsnivå av Jakobsen & Midt-Troms friluftsråd (2015). Turstiene har blitt kategorisert etter å passe for ”nybegynner”, ”nybegynner / middels godt trente” og ”erfaren” (Jakobsen & Midt-Troms friluftsråd, 2015) (se vedlegg 3).

Flere av turstiene har fått tildelt merking på startpunkt, infotavler og turkart m.m. i 2016 og arbeidet fortsetter i 2017 etter standard satt i turskiltprosjektet (Bredin et al., 2015). Stiene har fra tidligere hatt begrenset med skilting og merking. Frem til turskiltprosjekt ble igangsatt



**Figur 1** Norgeskart



var Husfjellet den eneste stien hvor det var brukt klopping med trestokker i våte partier i tilretteleggingen, ifølge Daglig leder E. Prestbakmo ved MTF. I løpet av sommeren/høsten 2016 ble alle stiene, foruten Strandbyskardet, skiltet og merket. Videre tilrettelegging vil utføres i form av utplassering av informasjon og turtavler med kart ved startstedene, og vedlikehold av opprinnelige ruter. For nærmere informasjon om høydemeter, startpunkt, og lokasjon av hver enkelt tur se vedlegg 1.

### **3.3 Forberedelser svarkasseundersøkelsen Senja**

Svarkortene ble utformet hovedsakelig for å kunne hente inn informasjon om den besøkendes profil og e-postadresse for oppfølgende undersøkelse (Vedlegg 4). Utformingen av spørsmålene ble hentet fra tidligere undersøkelser som hadde vist seg å fungere godt. NINA har gjennomført en rekke brukerundersøkelser i nasjonalparker i Norge, og i 2016 ble det blant annet gjennomført undersøkelser med tilsvarende skjema i 7 andre vernede naturområder. I disse undersøkelser fra 2016 ble gjennomført av NINA og i et prosjekt for Gjensidigestiftelsen ble det benyttet samme velutprøvde svarkortskjema. To av mange undersøkelser hvor purismeskalaen er benyttet en rekke ganger er Dovre/Sunndalsfjella, Hallingskarvet og Varangerhalvøya, hvor spørsmålet er benyttet for å segmentere de besøkende (Vistad, 2009; Gundersen et al., 2013; Vistad et al., 2014). De elementene ved vår undersøkelsen som var viktigst ble presentert først på svarkortet fordi det var ønskelig at informantene skulle svare på enkle sosio-demografiske spørsmål, før de svarte på andre spørsmål.

### **3.4 Besøksstudie Senja**

Fra 30. juni til 1. oktober 2016, var selvregistreringskasser utplassert ved 9 turstier på Senja, i tillegg til en i Ånderdalen nasjonalpark. Stiene Sukkertoppen og Storvatnet hadde samme startpunkt for tur så derfor var det plassert en selvregistreringskasse ved disse turene.

(se vedlegg 3) Forskningsutstyret hadde på forhånd blitt fraktet fra Lillehammer til Senja den 15 mai og ble utplassert mellom den 28 juni, og dermed etter planen utplassert før 1. juli. På hver tursti var det utplassert en selvregistreringskasse og en automatisk teller (TrafX med infrarød sensor) var utplassert et stykke innenfor svarkassen på den samme stien. Tellerne registrerte antall passerende. På selvregistreringskassene hang en frontplakat og en instruks på norsk, engelsk og tysk som var en forklaring på hvorfor undersøkelsen ble gjennomført og eventuelt hvor man kunne henvende seg ved spørsmål (se vedlegg 5).

Kassene inneholdt svarkort på tre språk; norsk, engelsk og tysk. Svarkortene var trykket ved NINA Lillehammer. Første bestilling ble et opplag på 2000 norske, 500 engelske og 500 tyske svarkort i A5 format. Ved tømning av kassene ble svarskjemaene merket med turstinavn og inndelt etter disse for å holde orden i hvilket svar som kom fra hvilken tursti. Dette var viktig for å sikre at de skjemaene som manglet svar på hvilken tursti de var på, ble registrert på rett tursti. 4. august 2016 ble det samlet inn 695 svarkort. En dårlig værperiode kunne hatt en betydning for antallet frem til tidspunktet. 46 dager av undersøkelsesperioden var preget av nedbør og den hadde en økning fra 72,3% i året 2014, til 101,9% i 2015 og 2016 var nedbørsmengden på 117,8 % sammenlignet med referanseverdien fra perioden 1961 til 1990 (Yr, 2017b, 2017a).

Den 12. august 2016 ble det bestilt et nytt opplag bestående av 500 norske, 300 engelske, og 300 tyske svarkort. Hver enkelt kasse ble inspisert mellom 2-4 ganger i løpet av hele perioden. Det ble vurdert hyppighetene for inspisering basert på hvor mange skjemaer som ble hentet inn ved første sjekk og hva MTF hadde gitt informasjon om var de mest besøkte turstiene. Det viste seg at noen stier var mer besøkte enn andre og derfor ikke hadde behov for oppfølging i like stor grad. Derfor ble det prioritert å inspisere selvregistreringskassene med mest hyppighet av besøk. Disse gjaldt turstiene Segla, Husfjellet og Sukkertoppen som ble inspisert inntil fire ganger i undersøkelsesperioden. Totalt ble 1405

selvregistreringsskjemaer samlet inn etter endt undersøkelsesperiode. Den innsamlede svarresponseren tilsvarte totalt 1722 respondenter siden flere hadde fylt ut svarskjemaer sammen. 582 hadde registrert sin e-postadresse; 404 norske, 139 engelske, og 41 tyske som skulle bli kontaktet i en oppfølgende undersøkelse om motivasjon og tilrettelegging (se tabell 2).

**Tabell 2 Fordeling av antall registrerte besøk og svar Senja sommer 2016**

Tursti på Senja:	Antall registrert på tellere:	Antall registrert svarkort:	Antall registrert e-postadresser:	Antall e-poster som gikk gjennom	Antall svar fra e-postadresser:	Respons e-post %	Type merking/skilting:
Strandbyskardet **	698	48	24	21	12	57,1	Ikke skiltet.
Vardefjellet (Varden) **	6840	125	46	28	9	32,1	Skiltet/Merket sti 2016
Knuten *	4354	131	46	37	19	51,4	Skiltet/Merket sti 2016
Storvatnet / Sukkertoppen */**	3903	195	79	64	39	60,9	Skiltet/Merket sti 2016
Glæret ***	695	46	23	17	9	52,9	Skiltet/Merket sti 2016
Husfjellet ***	2964	244	104	83	49	59,0	Skiltet/Merket sti 2016
Kyle ***	468	20	13	10	4	40	Skiltet/Merket sti 2016
Segla ***	n/a	593	247	202	113	55,9	Skiltet/Merket sti 2016
<b>Totalt</b>	<b>19922</b>	<b>1402</b>	<b>582</b>	<b>462</b>	<b>254</b>	<b>55</b>	
<b>Gjennomsnittlig svarprosent</b>						<b>51,8</b>	

Forskningsutstyret ble tatt bort den 30 september etter endt undersøkelsesperiode. Det ble sendt ut 610 invitasjoner til nettbasert spørreundersøkelse på norsk og engelsk gjennom verktøyet Questback, et program spesielt egnet for kvantitative undersøkelser. Utsendelsen av et større antall undersøkelser enn innsamlede e-poster grunnet i at enkelte av respondentene hadde fylt ut svarkortet slik at leseligheten var utydelig. Det ble allikevel valgt å inkludere disse e-postadressene i et forsøk på å nå respondentene det berørte. I fåtallet av tilfeller hvor e-postene kunne tolkes tvetydig ble valgt å sende ut opptil tre adresser dit hen skriften ble tydet mot å oppnå en større mulighet til å komme i kontakt med respondenten. Det ble mottatt totalt 254 svar på e-postundersøkelsen som representerte 174 norske og 75 internasjonale. Den gjennomsnittlige svarprosenten var 51,8% (se tabell 2).

På grunn av en noe lavere besøksstatistikk og respons på to av stiene var det valgt å foreta en avgrensning i oppgaven. Turstiene Vardefjellet (Varden) og Strandbyskaret ble utelukket på grunn av en mindre mengde innsamlet datamateriale og derfor ble 6 av 8 stier



brukt i som forskningsmateriale. Det var i utgangspunktet ønskelig å undersøke om stikategori hadde betydning for motivasjon og dermed analysere gruppene som tilsvarte turstitype ”erfaren” og ”nybegynner” for å finne forskjeller og sammenhenger mellom disse to gruppene. For utfyllende informasjon om hvem turen er beregnet passende for se vedlegg 3 informasjon ”tursti er beregnet passende for”. Undersøkelsen ble basert på antakelsen om at turgåeren var klar over dens valg av tursti og hvilken vanskelighetsgrad turstien hadde.

Det kan være fordelaktig å benytte en representant som er fysisk tilstede ved svarkassen. Dette for å sikre at respondenter legger igjen svar som er lesbare for mottakeren noe som er viktig i prosessen når dataene skal føres inn. Ulempen med å ha en representant ved turstien er at det kan være ressurskrevende når det kommer til økonomi og tid. Det kan derfor også hjelpe å spesifisere i teksten til svarkortet og be om at det fylles ut nøye for å forenkle prosessen når dataene skal føres inn. Det kan være hensiktsmessig å oppfordre til bruk av blokkbokstaver. Dette er for å minimere antall e-poster som ble automatisk returnert (hard bounced). Dette ble presisert i vår undersøkelse, men ble ignorert av noen respondenter.

### **3.4.1 Tellere**

I undersøkelsesperioden ble det registrert antall følgende passeringer ved de 8 turstiene (se tabell 2). Tellertallene viste stor variasjon i hvilke turstier som ble mest brukt sommeren 2016. Fra den mest besøkte turstien Varden 6840 passeringer til Kyle med 468 passeringer på telleren. Dessverre ble det ikke innhentet tall på Segla, og grunnen var at telleren ikke hadde fungert slik den skulle. Dette er en svært populær tur, og antall svar i selvregistreingskjemaet tyder på at det kunne blitt et høyt teller-tall ved denne lokaliteten.

Det kan oppstå feilkilder på bruk av tellere, og årsaken kan være tekniske hendelser eller knyttet til lokaliteten der telleren står. Når det gjelder lokalitet kan feilkilder vær knyttet til flere forhold. Det kan være om folk går side om side, eller om det er dyr som passerer. For å unngå denne type feilkilde er telleren plassert 1 meter over bakkenivå slik at hund eller sau

kan passere under uten å påvirke tellingen. Tellerne er utviklet gjennom gjentatte testinger og viser at disse har kun en feilmargin på +/- 5 % ved riktig montering. Disse er derfor et godt verktøy som ofte benyttes i kartlegging av besøkende i Norge (Andersen et al., 2014)

Av de totale antallet innsamlede respondenter ble det rensset ut dem som var ført opp med doble e-postadresser i svarkortundersøkelsen. Noen hadde vært på flere turer, eller var regnet som for unge (under 16 år) til å svare på etterundersøkelsen. For å unngå at dem som hadde vært på flere turer svarte på flere enn et spørreskjema ble disse fjernet fra videre analyser. De som var under 18 år ble heller ikke inkludert i videre analyser siden disse var for unge til det som ble søkt om hos NSD. Siden det var noen få respondenter som hadde svart på flere spørreskjema, måtte vi foreta et valg på hvilken tursti vedkommende skulle gjelde svar fra. Vi valgte å la denne respondenten bli ført opp på den stien med færrest innsamlede svarkortskjemaer.

Utsendelse av spørreundersøkelsen ble utført på e-post 22 desember. Frem til 20 februar 2017 ble det sendt ut tre purringer; en 29 desember, en 5 januar, og en siste purring 12 januar (se vedlegg 9). E-posten inneholdt en link som førte respondenten videre spørreundersøkelsen for den aktuelle turstien som vedkommende hadde bruk i løpet av sommeren 2016. Til analysen ble det fra svarkortskjema benyttet alder, kjønn, bosted og e-postadresser.

### **3.4.2 Bortfallsanalyse ved turstiene**

Det ble gjort forsøk på en bortfallsanalyse for å se på hvem som ikke valgte å ikke besvare svarkortskjema i undersøkelsesperioden. Hensikten var å kunne sammenligne antall som besvarte undersøkelsen med hvor mange som gikk forbi og finne ut om det var forskjeller mellom gruppene slik det har blitt forsket på i tidligere undersøkelser, blant annet i Fulufjället nasjonalpark (Hörnsten & Fredman, 2002; Kajala et al., 2007; Fredman et al., 2009). Det viste seg midlertidig å ikke å la seg gjennomføre, fordi da den avsatte tid kom

forekom en periode med svært dårlig vær som igjen førte til et svært begrenset besøk ved turstiene. Det ble dermed ikke noe å registrere i denne perioden. Hadde det derimot vært mulig å endre dager og antall personer som kunne gjennomføre bortfallstudien, kunne det blitt gjennomført ved å oppsøke hver enkelt tursti flere ganger i den totale undersøkelsesperioden for å hente inn informasjon. Sett i ettertid var gjennomføring av bortfallstudie et noe ambisiøst mål, tatt i betraktning hva som forventes av tidsbruk og innsats i mastergradsprosjektet.

### **3.5 Planlegging og utforming av e-postundersøkelsen**

Før e-postundersøkelse ble utformet mottok NSD meldepliktskjema om prosjektet den 1 juni for godkjenning av videre forskning. Spørsmålene som var benyttet til spørreundersøkelsen var hentet hovedsakelig fra en håndbok for undersøkelser basert på erfaringer fra de nordiske og baltiske landene (Kajala et al., 2007). Ved første kontakt ble det sendt ut et følgebrev, på norsk og engelsk, som gav en nøytral forklaring på hvorfor personene mottok undersøkelsen (se vedlegg 6). Spørreskjemaet inneholdt 28 spørsmål men ulike typer spørsmål. Noen var lukkede spørsmål bestående av ja/nei-spørsmål, flervalgs-spørsmål, og gradering-spørsmål (se vedlegg 7). Det var også inkludert et fåtall av åpne spørsmål.

I spørsmål 10, 14, 15, 18, 19, og 20 ble det bedt om å avgi svar ved et alternativ på en Likert-skala fra 1 = veldig uviktig og 7 = veldig viktig, og hvor 4 var nøytral (se vedlegg 7). Det ble valgt ved spørsmål 10, 14, 15 og 18 og supplere alternativet ”ikke relevant” for dem som skulle ønske å ikke svare eller av annen grunn følte at elementet ikke kunne avgis svar. Spørsmål 18 ble tilpasset ved å legge til 3 elementer som var; ”klopping (utlegging av planker i våte områder)”, ”informasjon om stiene” og ”vedlikehold av stinettverket”. Spørreskjemaet tok for seg nasjonale spørsmål, nasjonale kjernes spørsmål, lokale kjerne spørsmål, nasjonale

valgfrie spørsmål, og lokale valgfrie spørsmål kodet etter tidligere forskning basert på kvantitativ undersøkelse (Kajala et al., 2007; Fredman & Wikström, 2015).

Spørsmål nummer 14 og 15 er hentet fra lignende forskning utført i nasjonalparken Fulufjället (Fredman & Wikström, 2015). I analysedelen var hovedfokuset på dette spørsmålet som måler grunner til motivasjon. Spørsmålet er basert på 40 elementer tilhørende 10 konstruksjoner og er en omstrukturert versjon av REP-skalaen brukt i tidligere forskning (Garms et al., 2016). I disse spørsmålene skulle respondentene avgi svar for grunner til motivasjon (Vedlegg 2). I tidligere anvendelse av samme spørsmål har man kommet frem til fire fremtredende konstruksjoner som kan forklare grunner til motivasjon; ”Fokus på selvet - introspeksjon”, ”Fokus på naturen - bevissthet og følelse”, ”Fokus på frihet - flukt og balanse”, ”Fokus på andre - relasjoner”, og ”Fokus på opplevelser spennende tilværelse” (Garms et al., 2016). Spørsmålene er basert på den kjente Rekreasjons Erfarings Preferanse skalaen (REP) som er utformet i den hensikt å kartlegge motivasjon (Driver, 1983; Manfredi et al., 1996).

I spørreundersøkelsen er spørsmålsbatteriet nummer 20 et direkte utdrag fra purismeskalaen utviklet av Vistad og Vorkinn (2012). Skalaen ble brukt for å undersøke den besøkendes aksept for negative økologiske virkninger. Dette er et spørsmål som har blitt utviklet gjennom tid og vist seg å være pålitelig. Det opprinnelige målet med å etablere skalaen var å avdekke stabile egenskaper ved de besøkende som kunne bidra til å forstå preferanser og dermed også den besøkendes motiv (Hendee et al., 1968; Vistad, 1995; Andersen & Gundersen, 2010; Vistad & Vorkinn, 2012).

For å sikre at undersøkelsen inneholdt nøyaktige formulerte spørsmål og ingen feilkilder ble det gjort pilotforsøk på de 8 ulike valg av spørreundersøkelse i forkant av endelig utsendelse. Den eneste forskjellen på undersøkelsene var overskriften som startet med ”Senja 2016 - ”navn på besøkt tursti”, samt at spørsmålene som var turspesifikke hadde

navnet til den aktuelle turstien. Eksemplet viser Segla spørreskjema, norsk og engelsk (se vedlegg 7). I denne delen av prosessen ble første undersøkelse sendt til oss selv og to veiledere den 17.12.16. Etter dette ble de større endringer gjort før spørreundersøkelsen ble ansett som klar for utsendelse. Den 20.12.16 ble det utført en test nummer to på 8 frivillige vi hadde spurt som ikke hadde vært på tur på Senja 2016 men som hadde gått på tur tidligere, i tillegg sendte vi pilottest nummer to til oss selv og 2 av våre veiledere. Det vi mottok av tilbakemeldinger var detaljer for ordlyd og andre uklarheter som ble rettet på i forkant av endelig utsendelse. Se vedlegg 8 for utfyllende informasjon for dato og endringer utført. Undersøkelsesperioden for e-postundersøkelsen varte fra 22 desember 2016 til 20 februar. I løpet av perioden ble det sendt ut tre påminnelser (se vedlegg 9).

### **3.5.1 Begrensninger**

Under arbeidet med utforming av spørreundersøkelsen ble den originale ordlyden i alle spørsmål oversatt fra engelsk til norsk i e-postundersøkelsen. Under denne oversettelsen ble "Experience the scenic quality of nature" til "Naturopplevelser" som egentlig vil bety "Nature experiences" i engelsk ordlyd. Det viste seg i etterkant at dette var en svakhet i formuleringen av det opprinnelige meningsinnholdet. Dette kunne være ufordelaktig for utfallet av Cronbach's alfa noe som imidlertid ikke så ut til å utgjøre en stor forskjell i etterkant. Ved å inkludere "naturopplevelse" var den opprinnelige Cronbach's alfa .84 som ville økt til .85 hvis "naturopplevelser" ble fjernet. En nærmere vurdering av reliabilitetsanalysen viste at elementet korrelerte med en ladning på .10 som er en svakhet i korrigert element-total korrelasjon. Dette kan ha sammenheng med at ordlyden var uklar i forhold til hva som menes, noe som kunne føre til unormalt avvik i besvarelsen. I faktoranalysens korrelasjonsmatrise fremsto det tydelig at "naturopplevelser" hadde et unormalt lavt samsvar med de andre elementene. En akseptabel korrelasjon viser  $r = .30$  eller større ifølge Pallant (2005), og "naturopplevelser" så ikke ut til å passe inn da målingene var

langt under akseptert nivå. KMO var i mindre grad påvirket av elementet, og viste statistisk signifikans på .86. Dette kan ansees som bra da kravet er .6 eller høyere, ifølge Pallant (2005). Til tross for dette ble ikke ”naturopplevelser” ansett å være i særlig grad viktig for helheten i domenet eller kunne gi en tilstrekkelig informasjon verken innenfor eller utenfor sitt domene. Det har i tidligere forskning blitt beskrevet at elementet ikke hadde en utslagsgivende effekt for det totale resultatet, men allikevel ble fjernet i analysedelen (Garms et al., 2016).

### **3.6 Dataanalyse**

All analyse ble gjennomført ved hjelp av Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Det ble i første omgang utført beskrivende statistikker for å kunne si noe om hvem som hadde svart på undersøkelsen. Analyse for å undersøke reliabiliteten ble utført på den tidligere validerte REP-skalaen (Driver, 1983; Raadik et al., 2010). Dette var for å unngå svakheter ved undersøkelsen og å passe på ytterliggående målinger blant verdiene, størrelsen på utvalget og manglende data, normaliteten og linearitet i variablene, multikollinearitet og singularitet, samt avvikende verdier (Tabachnick & Fidell, 2013). En eksplorerende faktoranalyse ble brukt på 40 elementer fra spørsmål 14 og 15. Det dannet grunnlaget for å sammenligne de besøkendes sosio-geografiske i forhold til motivasjonsgrunner. Det var viktig å være bevisst på størrelsen og innholdet av de ulike elementene, hvilken type rotasjon som kunne utføres på disse, og hvor viktige disse var for helheten av undersøkelsen. Likeledes var det viktig å være oppmerksom på hvordan målingene var plassert, hvordan det ville være mulig å skille mellom elementene på bakgrunn av målingene, hvor komplekst sammensatt disse var, om det faktisk var noen indre konsistente elementer og om noen av disse skilte seg markant ut (Tabachnick & Fidell, 2013). Hensikten med den eksplorerende faktoranalysen var å finne underliggende sammenhenger som ledet til at elementene kunne grupperes. Utvalgsstørrelsen bør ikke være færre enn 150 respondenter, og variabelen som undersøkes bør inneholde minst 5 elementer (Pallant, 2007). I denne undersøkelsen var det 232

respondenter og over 5 elementer for hver variabel mot å forklare nasjonale og internasjonale besøkendes grunner til motivasjon.

### **3.6.1 Validitet**

For å benytte skalaene fra undersøkelsen var det først og fremst nødvendig å teste om disse ble vurdert som tilstrekkelig pålitelige og om det fantes normalitet. Prøveutvalget ble undersøkt og sammenlignet med skeivhet- og kurtose-verdi for å vurdere om dette var normale eller unormale mål. Det kunne indikere om distribusjonen i fordelingen var normalt fordelt og kunne gi et representativt resultat for gjennomsnittet av alle respondentene. Verdiene viste at ”naturopplevelser” (gj.sn. 6.48), ”se dramatisk landskap” (gj.sn. 6.36), ”oppleve vakker utsikt” (gj.sn. 6.64) hadde alle en gjennomsnittsverdi over 6 som kunne bety at svarene avgitt hadde en skeivhet i fordelingen. Det kunne antas fordi Likert-skalaen sine ytterpunkter er 1 og 7. Skeivhetsverdien indikerer symmetri i fordelingen, og en skeivhet i variablene ville bety at gjennomsnittet ikke ligger i senter av distribusjonen (Tabachnick & Fidell, 2013). Kurtose beskriver hvor toppen i distribusjonen foreligger (Tabachnick & Fidell, 2013). Både kurtose og skeivhet viser en normal fordeling ved verdi = 0, ifølge Tabachnick og Fidell (2013). Men dette er heller uvanlig i samfunnsvitenskapelig forskning (Pallant, 2005).

Reliabiliteten viste om hovedspørsmålene inneholdt en intern sammenheng som skulle sikre at svaret på problemstillingen kunne være antatt som gyldig og pålitelig. Målingene gjøres vanligvis ved en sjekk av Cronbach’s alfa koeffisienten. Ideelt bør denne være over .70, ifølge Pallant (2005). Men Cronbach’s alfa kan også fremstå som ideell når målingen viser  $>.60$  påpeker Nunnally (1978). Det kan også oppstå lavere Cronbach’s alfa, men det trenger ikke nødvendigvis tilsvare at resultatet må ansees som ugyldig. Pallant (2005) påpeker at ved skalaer med få variabler kan det oppstå lavere Cronbach’s alfa,  $<.60$  hvor det da vil være en større hensikt å undersøke resultater ut fra den interne gjennomsnittlige korrelasjonen

mellom variablene. Validiteten ble dermed undersøkt på flere nivåer, og gjentatt flere runder for å se til at måleinstrumentene som ble benyttet forholdt seg til å måle akkurat det dem var ment til å gjøre. Både REP-skalaen og WPS-skalaen har i tidligere undersøkelser blitt validert og vist seg å være egnet for undersøkelse av motivasjon i friluftslivet (Raadik et al., 2010; Vistad & Vorkinn, 2012). For purismeskalaen anbefales det å teste konsistensen mellom underelementene som samlet skal forklare villmarks-purisme, for eksempel kan dette sjekkes ved Cronbach's alfa (Vistad & Vorkinn, 2012).

Forskningen på Senja har ikke blitt utprøvd gjennom en tidsperiode så videre forskning kan vise til en stabil tilstand over lengre tid. En fordel er kvalitative undersøkelser tilnærmer seg en beskrivelse om hvordan det lokale området påvirker atferden til besøkende bedre enn hva som kommer frem i en kvantitativ undersøkelse (Sirakaya-Turk et al., 2011). En mer detaljert kunnskap om hvordan motivasjonen til den enkelte av nasjonal eller internasjonal opprinnelse står i forhold til funnene i denne undersøkelsen vil kunne bidra til et sikrere fundament i kunnskapsgrunnet.

### **3.6.2 Reliabilitetsanalyse**

En intern struktur mellom elementene viste at den originale REP-skalaen hadde sammenhenger som kunne bekreftes som pålitelige i undersøkelse av reliabilitet (Churchill, 1979). De fleste elementer i undersøkelsen viste et umiddelbart samsvar innenfor dets konstruksjon, men under korrigert element total korrelasjon viste det seg at tre elementer ikke oppfylle kravet om en verdi  $>.30$  (Pallant, 2005). Reliabilitetsanalysen av den originale REP-skalaen viste at 9 av 10 konstruksjoner målte det som var ønskelig i likhet med tidligere forskning. Det utmerket seg en lav Cronbach's alfa ved konstruksjonen "utforskende"  $a = .52$ , og ved konstruksjonen "enkelt levesett"  $a = .67$ . Disse var elementene "naturopplevelser", "fysisk prestasjon" og "oppleve vakker utsikt" (se vedlegg 10). Resultatet viste at 9 av 10 konstruksjoner hadde en tilstrekkelig Cronbach's alfa  $>.60$ , og var ansett å være pålitelige.



Disse var "avstand/fjernhet", "enkelt levesett", "naturlige omgivelser", "delt ensomhet", "sammenheng/åndelig", "villmarksferdigheter", "selvopdagelse", "eventyr", og "inspirasjon". Med en Cronbach's alfa lavere enn .60 var konstruksjonen "utforskende" ikke egnet til å være i god nok grad ansett som pålitelighet mot en forklaring av skalaen. Dette var også konstruksjonen som inneholdt to av elementene med lav verdi for korrigert element korrelasjon. Ifølge Nunnally (1978) bør Cronbach's alfa være over .60 for å kunne forklare en indre konsistens mellom elementene og at disse kan forklare konstruksjonen i sin helhet. Dette bekrefter at den indre konsistensen var svak i konstruksjonen "utforskende". Det hadde en betydning om at det kunne måles noe annet enn hva som var ønsket (Pallant, 2005). De berørte elementer "Naturopplevelser" (.17), "Fysisk prestasjon" (.25), og "Oppleve vakker utsikt" (.28) kunne som et alternativ blitt tatt bort for å oppnå en sterkere Cronbach's alfa, til tross for en slik endring ville det ikke utjevne forskjellen mot å oppnå en akseptert Cronbach's alfa.

Det var også overraskende at "Opplevelse av vakker utsikt" (.28) også havnet på et uakseptabelt nivå mot intern stabilitet når "Se dramatisk landskap", som kunne tenkes å måle de samme forhold, hadde et middels høyt gjennomsnitt av reliabilitet (.40). "Oppleve vakker utsikt" ble ikke fjernet selv om elementet hadde en verdi  $>.30$ , dette fordi Cronbach's alfa var innenfor akseptert verdi og elementet ikke var ment å være utslagsgivende for å oppnå en høyere alfa. En annen begrunnelse for at "Naturopplevelser" og "Fysisk prestasjon" ble fjernet var at disse viste også en unormal fordeling i forhold til skeivhet (se vedlegg 11).

Ved å fjerne elementet "Følelsen av avstand til byens ståk og larm" ville det kunne gi en høyere Cronbach's alfa ( $\alpha=.87$ ). Elementet kunne muligens være mer forklarende utenfor sin konstruksjon, men samtidig skulle man tro at betydningen av å ha en følelse av avstand til by og den støy sammenfallende med konstruksjonens betydning "Avstand/fjernhet". Elementet fikk bli stående innenfor dets konstruksjon. Vurderingene viser hvor komplekse

konstruksjonene er sammensatt av elementer og hvorfor det kan være utfordrende å skille mellom dem. Det har tidligere blitt gjort flere forsøk gjort på å frembringe et overordnet rammeverk som kan benyttes i en markeds kontekst for å organisere de mangfoldige definisjoner for å oppnå en helhetlig pålitelighet og gyldighet (Churchill, 1979).

### 3.6.3 Faktoranalyse

En eksplorerende faktoranalyse (Principal Components Analysis) ble også utført på 38 elementer for å forklare motiverende grunner til nasjonale og internasjonale turgåere på Senja. Målet med faktoranalysen var å maksimere variansen av de ekstraherte ortogonale elementene som ville vise en ytterligere validering av konstruksjonene (Tabachnick & Fidell, 2013). Dette var samme analyse som ble brukt ved Haukeland et al. (2010) sin forskning på motorturister. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) og Bartlett's sfæriske test som viste en måling for kvaliteten på datamaterialet. KMO er en måling som svarer til om utvalget er tilstrekkelig for analyse og grensen egnet for videre analyser ved KMO er  $>.60$  (Johannessen, 2009). Målingen i dette tilfellet viste  $.91$  noe som ansees som bra i forhold til å bør være så nære 1 som mulig (se vedlegg 1.15). Dette tilsvarte også at over 90 % av elementene kunne samlet forklare underliggende forhold innad i konstruksjonene. En Bartlett's sfærisk test indikerte at der var flere korrelasjoner mellom elementene, og hvis der var en underliggende struktur vil signifikans være  $<.05$  (Pallant, 2005; Johannessen, 2009). Bartletts test var sig. =  $.000$ , og variablene kunne derfor aksepteres for videre analyse. Den totale variansen for 38 elementer, viste at basert på en egenverdi  $> 1$  kunne disse forklare 7 konstruksjoner. De 7 konstruksjonene med en egenverdi  $> 1$  forklarte henholdsvis 22,5 %, 10,8 %, 7,6 %, 7,6 %, 7,5 %, 7,2 % og 5,3 % av den totale variansen.

I undersøkelse av korrelasjonsmatrisen var målingene for flere elementer  $<.32$ . Tabachnick og Fidell (2013) foreslår at størrelsen på faktorladningene bør kategoriseres etter  $>.71$  = utmerket,  $.63$ -. $70$  = veldig bra,  $.55$ -. $62$  = god,  $.45$ -. $54$  = hederlig,  $.32$ -. $44$  = svak og

$>.31$  = dårlig (2013). Etter denne regelen ble det valgt å beholde ladninger  $>.32$  fordi det var ønskelig å beholde de respektable sammenhenger da disse var best egnet for videre analyse. Derfor ble valgt å utføre en ny analyse med ladninger  $>.32$ . KMO og Bartlett sfæriske test var fortsatt innenfor de anbefalte målene.

Den utstrakte komponent matrisen (PCA) viste kryssladninger som kunne bety at noen elementer målte mer hva de var ment til. En nærmere undersøkelse av skreddiagrammet (scree plot) viste en brytning mellom komponent 5 og 6 som betydde hvilke konstruksjoner som var mest forklarende for variansen. Dette samsvarte ikke med at egenverdien hadde avklart at det skulle være 7 komponenter. Bruddet i skreddiagrammet var ikke skarp og ved nærmere ettersyn var også mindre brytninger mellom komponent 2 og 3, samt 4 og 5 synlige. Brytningen i skreddiagrammet kunne brukes alene eller sammen med egenverdien for å bestemme hvor mange komponenter som skulle videre brukes i analyse (Johannessen, 2009). Dette betydde at en mindre antall konstruksjoner kunne være det riktige antallet for å forklare forholdene for motivasjon.

Flere faktoranalyser ble utført hvor elementene ble plukket ut en etter en. Tilslutt gjensto 31 elementer som kunne forklare 5 konstruksjoner med likehetstrekk fra undersøkelsen til (Garms et al., 2016). Elementene som ble tatt bort var ”fysisk helse og bevegelse”, ”utforske naturmiljøet”, ”ren og uforurenset natur”, ”nyte av komfort i naturlige omgivelser”, ”kunne fortelle en historie”, ”oppleve steder jeg har lest om”, og ”å fritt gjøre det jeg vil”, i tillegg til de allerede fjernede elementene ”naturopplevelser” og ”fysisk prestasjon” (se vedlegg 12). De ni nevnte elementene kryssladet på to eller flere konstruksjoner  $<.45$ , en verdi som er lavere enn hederlig ifølge Tabachnick og Fidell (2013). I forskningen til Garms et al. (2016) ble konstruksjonene navngitt ”Fokus på selvet - introspeksjon” (9 elementer), ”Fokus på naturen - bevissthet og følelse” (6 elementer), ”Fokus på frihet - flukt og balanse” (6 elementer), ”Fokus på andre - relasjoner” (6 elementer) og

”Fokus på opplevelser - spennende tilværelse” (4 elementer) som også var en passende beskrivelse av konstruksjonene i denne undersøkelsen. (se vedlegg 14).

#### **3.6.4 Forholdet mellom motiver og puristiske holdninger for turgåerne**

En uavhengig t-test ble benyttet for å sammenligne gjennomsnittet av motiver til gruppene nasjonale og internasjonale. Analysen var relevant for å undersøke disse to, og med grunner av motiv for valg av tur som den kontinuerlige variabel. Hensikten var å finne ut om det var forskjeller i gjennomsnittet mellom de to gruppene. Hvis sig. 2-tailed viste en verdi lik eller lavere enn .05 ville det si at det var signifikante forskjeller i gjennomsnittsverdiene for den avhengige variabelen mellom de to gruppene. Var verdien over .05 betydde det ingen signifikante forskjeller mellom de to gruppene (Pallant, 2005).

Enveis faktoranalyse (ANOVA) med Tamhane posthoc test ble utført på konstruksjonene ”Fokus på selvet - introspeksjon”, ”Fokus på naturen - bevissthet og følelse”, ”Fokus på frihet - flukt og balanse”, ”Fokus på andre - relasjoner” og ”Fokus på opplevelser - spennende tilværelse” for å finne hvilke forskjeller det var i motiver mellom gruppene turgåerne på Senja.

## **4.0 Resultat**

Resultatene som blir beskrevet i dette kapitlet er i hovedsak basert spørsmålene fra WPS-skala (spm. 20) og REP-skala (spm. 14 og 15) (se vedlegg 7). Her trekkes det frem hvilke kjennetegn en turgåer ved Senja har, deretter forklares det mer i detalj hvordan de som svarte på e-postundersøkelsen gav av informasjon om deres motiver for å besøke den angitte turstien. Videre presenteres ut fra ANOVA-analysen en sammenligning for puristiske holdninger mot motivet for å besøke turstien. Dette ble gjort for å finne ut om det var forskjeller eller samsvar mellom gruppene purister.

### **4.1 Sosio-demografiske forhold**

I denne delen presenteres hvilke sosiale og demografiske forhold turgåeren ved Senja har. Alder, kjønn, bosted, hvor mange som oppga sin e-postadresse for videre kontakt og hvor ofte turgåerne utøver friluftsliv.

#### **4.1.1 Svarkortundersøkelsen**

Av de 1722 respondentene var det et flertall kvinner som hadde svart på svarkasseundersøkelsen på Senja sommeren 2016 (56,5%). Gjennomsnittsalderen var 34 år i feltundersøkelsen, noe som var lavere enn ved e-postundersøkelsen fordi det var flere under 18 år som hadde besvarte feltundersøkelsen. Av de som besøkte Senja var nordmenn (64,6%). Av de som svarte på undersøkelsen oppga 33,8% sin e-postadresse for videre kontakt til oppfølgingsundersøkelsen.

#### **4.1.2 E-postundersøkelsen**

Det var et flertall nasjonale besøkende som hadde svart på e-postundersøkelsen. Av de 232 som responderte var de 66,4% nasjonale og 31,5% internasjonale besøkende (se vedlegg

13, tabell 1). Majoriteten var kvinner (55,2%) (tabell 4), med en gjennomsnittsalder på 43 år og hadde 4 år eller mer høyere utdanning på høyskole/universitet (65,5%) (tabell 7). Av dem som gikk tur var det 29,3% som hadde valgt en tur av enkel vanskelighetsgrad og 70,7 % som hadde valgt en tur av som var mest krevende (tabell 11). Flertallet gikk på turen med familie (57,8%) (tabell 4) og hadde ikke gått turen dem hadde valgt tidligere (83,5%) (tabell 9). Flertallet kunne ansees å være aktiv da de normalt gikk på tur mellom 1-10 ganger i måneden (80,6%) (tabell 6). Primært var besøket ved turstien valgt for aktiviteten å gå tur (97,8%) og hvor over halvparten var ute etter å fotografere bilder (56,5%) (tabell 10). De fleste overnattet på Senja (84,7%) (tabell 8) og ikke overraskende tok flertallet seg til destinasjonen med bil (65,5%) (tabell 12).

#### **4.2 Rekreasjons- og erfaringspreferanser til turgåere**

Som nevnt tidligere viste det seg at noen elementer var unormalt fordelt. Elementene ”oppleve vakker utsikt”, ”oppdage noe nytt” og ”se dramatisk landskap” viste grafen en unormal skeivhet og kurtose (spisshet) (se vedlegg 14). ”Oppleve vakker utsikt” hadde en overvekt av skeivhet (2.81) som tydet på en unormal fordeling av distribusjonen. Dette var spørsmålet med avvik lengst unna idealet = 0. Fordelingen for ”oppleve vakker utsikt” (kurtose 11.35) viste tydelig en negativ skeivhet som indikerer en gruppering av verdier på høyre side i diagrammet. En av grunnene kunne være at respondentene mente å oppleve vakker utsikt var det viktigste for dem ved turen så derfor valgte flertallet å besvare spørsmålet ved å avgi svar 7 på Likert-skalaen. Elementene ”oppdage noe nytt” og ”se dramatisk landskap” viste også en unormal fordeling, og avviket fra normalen for ”se dramatisk landskap” (2.07) og ”oppdage noe nytt” (2.38) viste også lavere måling og negativ skeivhet i fordelingen.

Det kunne ansees som at disse konstruksjonene målte noe annet enn det som var ønskelig. Et færre antall elementer med høy grad av pålitelighet vil være mer forklarende i

den store sammenhengen enn et sett med mange elementer med lavere pålitelighet ifølge Pallant (2005). Pallant (2005) har dermed foreslått en avgrensning for korrigert element-total korrelasjon ved  $>.30$ , som vil si at når elementer opptrer med lavere verdi enn denne gir det en dårlig indikasjon på det indre forholdet i konstruksjonen. Dette var gjeldende i elementet ”naturopplevelser” som viste en korrigert element-total korrelasjon på 0.17. Det antas at elementet var mer forklarende for andre forhold siden mange hadde besvart dette spørsmålet med en høy verdi. Det samme var gjeldene for ”fysisk prestasjon” med korrigert element-total korrelasjon lik 0.25. I konstruksjonen ”naturlige omgivelser” viste elementet ”oppleve vakker utsikt” en korrigert element-total korrelasjon lik 0.28, som også kunne bety at dette elementet ikke passet godt sammen med resten av elementene.

Spørsmålene ble som nevnt var rangert fra 1 til 7, der 1 = veldig uviktig, og 7 = veldig viktig. Dette gir et kalkulert nøytralt gjennomsnitt på 3.5. I gruppe 1 ”Fokus på selvet” var variablene gjennomsnittlig nøytrale. Det vil si at elementene hverken var veldig uviktige eller veldig viktige. Det viste seg at ”følelsen av at jeg er en av de første menneskene som oppholder seg på denne plass” var minst viktig i denne gruppen med et gjennomsnitt på 2.37. Arrangert nest lavest var ”muligheten til å løse et problem” og den var også mindre viktig i denne sammenhengen. Det som var viktigst for respondentene var muligheten til å ”finne inspirasjon i naturlige omgivelser” som hadde det høyeste gjennomsnittet 4.52. (se vedlegg 14). I gruppe 2 ”Fokus på naturen” var flertallet av elementene over det kalkulerte gjennomsnittet med en verdi 4.20. ”Observere og høre ville dyr” og ”Kjenne tilhørighet til en viktig plass” var under gjennomsnittet og i denne sammenhengen sett på som mindre viktig. Det viktigste var ”oppleve naturens magi og mysterier”. I gruppe 3 ”Fokus på frihet” var flertallet av elementene over det antatte gjennomsnittet med en verdi lik 4.12. Det viste seg at det var viktigere å kunne ”komme vekk fra daglige rutiner” (gj.sn. 5.1) og finne ”fred og ro” (gj.sn 5). Til sammenligning var det overaskende at det var mindre viktig å ”unngå andre

mennesker” (gj.sn 2.8). I gruppe 4 ”Fokus på andre” var den eneste gruppen hvor flertallet av elementene var under det antatt gjennomsnittet = 3.90 . Det var også en gruppe hvor færrest svar var angitt (175 respondenter). som var minst viktig var å ”dele mine kunnskaper med andre” (gj.sn 3.49) noe som kan sies å være tilnærmet lik en nøytral holdning. I gruppe 4 var det viktigste å ”kjenne tilhørighet med andre som verdsetter vill natur” (gj.sn 4.46). I gruppe 5 ”Fokus på opplevelser” hadde alle elementene tilfelles et gjennomsnitt høyere enn det antatte gjennomsnittet med en verdi = 5.94. I denne gruppen var det blitt registrert flest svar (217 respondenter). Det kom frem at å ”oppleve vakker utsikt” (gj.sn 6.64) var ment å være tilnærmet viktigst for dem som hadde besvart undersøkelsen. (se vedlegg 14)

#### **4.3 Puristiske holdninger til nasjonale og internasjonale turgåere**

For å undersøke om det fantes likheter eller forskjeller i motiv basert på purisme mellom nasjonale og internasjonale var det passende å utføre en t-test. Resultatet viste at det var forskjeller i holdningene. Dette var fordi signifikansverdien viste  $p = .01$  ved ”...at du møter mange andre friluftsfolk på turen” som betydde at nasjonale foretrakk (gj.sn. 3.53) i større grad å møte andre friluftsfolk på tur enn hva internasjonale foretrakk (gj.sn. 2.95). Dette kan sies å være et funn men ikke av signifikant relevans fordi purisme hadde splittet variablene i analysen (se vedlegg 15). Allikevel kan dette sees på som interessante funn da det finnes forskjeller i hva nasjonale og internasjonale lavpurister har av motiver for å oppsøke turstier på Senja. Analysen (ANOVA) viste få forskjeller i funnene. I ”Fokus på andre - relasjoner” viste det seg at lavpuristene fortrakk å ha relasjon til andre mer enn hva høypuristene ønsket (se vedlegg 16) At det var få andre funn kan bety at idealområdet til høypuristen, mellompuristen og lavpuristen ikke var representert.

Det var ønskelig å gå i dybden på hva som førte til at gruppen Fokus på andre - relasjoner viste delte puristiske holdninger. En en-veis variansanalyse (ANOVA) viste også hvilke elementer det var som hadde forskjeller innad i motivasjonsgruppene (se vedlegg 16).



Det viste seg at 6 elementer var det som stemmet med forskjellene i henhold til motiv og puristisk holdning. Elementene det gjaldt var ”mulighet til å løse et problem” (gj.sn. 1.94), ”oppleve naturens magi og mysterier” (F-verdi 2.99), ”observere/høre ville dyr” (gj.sn. 4.12), ”være alene” (gj.sn. 3.77), ”unngå andre mennesker” (gj.sn. 5.81), og ”se dramatisk landskap” (gj.sn. 2.56). Det betydde at lavpuristen foretrakk muligheten til å løse et problem mer enn hva høypuristen ønsker ved å gå tur (F-verdi 1.94). Det samme var gjeldende for å ”oppleve naturens magi og mysterier” (gj.sn. 2.99). Mellompuristen foretrakk ”å observere/høre ville dyr” mer enn hva høypuristen ønsket (gj.sn. 4.12). Og mellompuristen foretrakk også ”å være alene” mer enn hva høypuristen gav uttrykk for (gj.sn. 3.77). Lavpuristen var den som søkte mest ensomhet, og foretrakk å ”unngå andre mennesker” i høyere grad enn hva mellom- og høypuristen gjorde (gj.sn. 5.81). Det kom også frem et lavpuristen foretrakk ”å se dramatisk landskap” mer enn hva mellom- og høypuristen gjorde (gj.sn. 2.56).

#### **4.4 Nasjonale og internasjonale turgåere sammenlignet med motiv og puristisk holdning**

T-testen ble benyttet på den geografiske uavhengige variabelen for å sammenligne motivasjon hos nasjonale og internasjonale turgåerne. Testen var passende fordi det var ønskelig å finne ut om det fantes avvik når det handlet om grunner til motivasjon for de to gruppene som kommer fra ulike steder (nasjonal og internasjonal). En t-test tester om nullhypotesen har verdien av det observerte = 0 (Field, 2009 s 204). Hvis dette viser signifikans vil Levenes test være  $p < .05$  som vil bety at hypotesen kan være riktig fordi verdien er forskjellig fra null og den uavhengige bidrar til at vi kan tolke verdiene av utfallet (Field, 2009 s 204). Det kunne lede til et svar på forskningsspørsmålet om det fantes forskjeller på grunner til motivasjon mellom gruppene nasjonale og internasjonale.

Resultatet av t-testen viste at det var forskjeller på fokus av introspeksjon i holdningene til nasjonal og internasjonal lavpurist ( $t = -1.29$ ) (se vedlegg 15). Verdiene viste at i gjennomsnitt søkte den internasjonale lavpuristiske turgåeren mer introspeksjon (det å å

bli bevisst seg selv, sine følelser og tilknytning til naturen og livet) enn hva en nasjonal lavpurist ville gjøre. Dette var også gjeldende for holdningen om fokus på natur hos lavpuristen ( $t = -2.33$ ). Den internasjonale lavpuristen søkte mer fokus på natur fremfor hva den nasjonale lavpuristen. Forskjellen var også tydelig i fokus på opplevelser, hvor internasjonal lavpurist ( $t = 1.89$ ) viste en forskjell fra nasjonal lavpurist.

#### **4.5 Fornøydhet til nasjonale og internasjonale turgåere**

I begge undersøkelsene ble det spurt om grad av fornøydhet. I svarkortskjemaet spørsmål 9 hadde flertallet (53,1 %) sagt seg svært fornøyd med turen de var på. I e-postundersøkelsens spørsmål 18 svarte respondentene på et lignende spørsmål om fornøydhet. Her ble det spurt om hvor fornøyd disse var med tilretteleggingen og servicen på Senja i sin helhet. Flertallet av nasjonale (153 respondenter) besvart at de i gjennomsnitts var 5.20 på Likert-skalaen som tilsvarte mer enn over gjennomsnittlig fornøyd med tilrettelegging og servicen på Senja (se vedlegg 13 tabell 13). Se vedlegg 17 for en gjennomsnittsoversikt for hvor mange respondenter som hadde besvart Likert-skalaen i spørsmål 19 om fornøydhet..

## 5.0 Diskusjon

For å kunne ta i bruk resultatene i en fremtidig utvikling av stiene på Senja kan det være nyttig å se disse i sammenheng med et teoretisk rammeverk for forvaltning og planlegging. Et slikt planleggingssystem ivaretar behovene til mennesker som tar i bruk naturområder. ROS er et av mange veiledende verktøy som kan brukes i slik type planlegging, og dette rammeverket forklarer hvordan man kan kombinere naturressursene og aktiviteter som gjøres i disse områdene (Brown et al., 1978). Ved bruk av dette vil det være en mulighet å tilrettelegge etter behov og motiv for gruppene besøkende av nasjonal og internasjonal karakter. Med et rammeverk som forslag vil det kunne hjelpe å imøtekomme forventningene til besøkende i fremtiden. Det vil for eksempel ta vare på et stort mangfold av forskjellige besøkende i forhold til motiv for besøket og preferanser/holdninger til natur, tilrettelegging, og det å møte andre mennesker.

Den gruppen som skilte seg ut i undersøkelsen var i motivet ”Fokus på selvet - introspeksjon” (68,8 %). I forholdet mellom de nasjonale og internasjonale viste resultatet få forskjeller mellom gruppene i hvilke motiver som førte til besøk. Det var elementer i ”Fokus på selve - introspeksjon”, som betyr å gå inn i seg selv å observere tanker og følelser, som så ut til i størst grad motivere turgåerne på Senja. Det innebærer at turgåerne var opptatt av å ta seg ut i naturen for å observere egne tanker og reflektere over egne følelser. En av de største push-faktorer kunne påstås å være å finne inspirasjon i naturlige omgivelser. Den faktor som var av minst betydning for gruppen var å oppnå følelsen av å være den første som oppholdt seg ved stedet og kunne dermed ikke bli tolket som verken en sterke pull- eller push-faktor i dette tilfellet. Det var gjennomsnittlig viktig å få dekket alle elementene ved å gå på tur på en av turstiene på Senja, noe som kan tyde på at turgåerne oppsøkte stedet i håp om å få sitt behov dekket. Dette kan inkluderes i en fremtidig strategi, for utvikling av turstiene på Senja knyttet til at de bør ha et naturlig preg. En anbefaling er ROS-rammeverket, verktøyet som

kan brukes i en utarbeidelse mot en fremtidig strategi for å strukturere den psykiske og fysiske helheten ved turområdet (Brown et al., 1979). I den hensikt det er ønskelig å motivere gruppen ”Fokus på selvet - introspeksjon” vil det være nødvendig å legge til rette for områder hvor turgåerne kan oppnå isolasjon fra andre, og hvor det kan utnyttes en høy interaksjon med det naturlige urørte miljø med muligheter for utfordringer. Dette området bør også ta hensyn til at man kan få ta i bruk sine villmarksferdigheter, og føle at man mestrer det å finne frem og være ute på egenhånd i naturen. Området må bli beholdt urørt og umodifisert uten mulighet for motorisert ferdsel slik at gruppen som foretrekke lite interaksjon med andre mennesker og oppleve avstand fra støy får sitt behov innfridd. Den fysiske strukturen på området vil kunne åpne rom for refleksjon og mulighet til å finne inspirasjon i naturlige omgivelser som også var to av de viktigste elementene for gruppen ”Fokus på selvet - introspeksjon”. Det kan bety at klassifiseringen P (Primitiv) tilsvarende Brown et al. (1979) vil være en passende mulighetsklasse for denne gruppen (se tabell 1 ROS rammeverk).

Det som kom frem som det nummer to viktigste for de nasjonale og internasjonale besøkende på turstiene på Senja var muligheten for å forsterke sine relasjoner til andre. Disse ble omtalt som gruppen ”Fokus på andre - relasjoner”. Denne gruppen er motsetningen til den første gruppen ”Fokus på selvet - introspeksjon” og det kan derfor være en nærliggende fortolkning at de to gruppene stiller til ytterpunktene i form av tilrettelegging. Det viktigste var å kjenne en tilhørighet med andre som verdsatte vill natur og personlige forhold. Denne gruppen søkte urørt natur i likhet med gruppen ”Fokus på selvet - introspeksjon”, men forskjellen i motivasjonsgrunn var at å være alene ikke var viktig for gruppen ”Fokus på andre - relasjoner”. Ulikheten i motivasjon betydde at ulike former for tilretteleggingstiltak ville være hensiktsmessig for å imøtekomme behovene. Dette fordi gruppen ønsket relasjoner og samvær med andre vil det si at den fysiske tilretteleggingen er ansett som mindre viktig for disse turgåerne. Det vil her være passende hvis området bar preg av å være tilpasset natur med

noen ulike fasiliteter tilrettelagt. En slik tilpassing vil dermed være inviterende til interaksjon mellom mennesker. I et slikt område er det også behov for utviklede veier, stier og vann, samt velutviklet parkering som gjør det mulig å ta seg enkelt fram til lokaliteten. Gruppen som søker dette området vil mest sannsynlig ikke trekke til eller trives i områder av klassen P (Primitiv) eller SPNM (Semi-primitiv, ikke-motorisert) slik som gruppen ”Fokus på selvet - introspeksjon” fordi dette området ikke er inviterende til å bygge nettverk, møte eller se andre mennesker. Derfor ville en oppfordring være å anlegge et område i klasse C (Konsentrert) for gruppen ”Fokus på andre - relasjoner”. Denne klassen skal bidra til forbindelser og samvær med andre besøkende noe som er verdsatt for gruppen ”Fokus på andre - relasjoner”, som tydet til at det viktigste ikke var selve tilretteleggingen, men at området inviterte til at mennesker møtes (Brown et al., 1978).

Den tredje største gruppen var ”Fokus på frihet - flukt og balanse” (57 %). Det viktigste for disse turgåerne var å komme vekk fra daglige rutiner, fred, ro og samtidig oppnå en avstand fra byen ståk og larm. Gruppen hadde først og fremst et behov for et område uten motorisert ferdsel da det mentes å være en viktig pull-faktor fordi støy var høyt uønsket. En tilrettelegging som legger vekt på et område som er isolert fra støy og syn fra andre ville være nærme behovet for denne gruppen. Mulighetsklassen i ROS-rammeverket som best kan knyttes til motivet er ved første inntrykk P (Primitiv) (Brown et al., 1979). Men i dette området av denne klassen forslås det å tilrettelegge for det enkle og primitive behovet, en lav konsentrasjon av andre mennesker og ingen former for restriksjoner. Dette kan støttes av nyere undersøkelse, utført i Sør-øst- og Midt-Norge, hvor respondentene gav uttrykk for å i større grad preferere skogområder med mindre infrastruktur, umerkede stier og oppsøkte også disse naturområder oftere (Gundersen & Vistad, 2016).

Når det gjaldt å unngå andre mennesker var ikke dette det høyeste ønsket i ”Fokus på frihet - flukt og balanse”, noe som tyder på at en annen klasse ville også kunne dekket

behovet for denne gruppen. Det må derfor påpekes at klassifiseringen ROS er veiledende verktøy og det kan forekomme grupper som ikke kan plasseres innenfor nøyaktige rammer. Det viktigste er å se til at et spekter som kan graderes fra villmark til urbant liv og at man i praksis kan lage så mange klasser man ønsker. Som for eksempel har Fulufjället nasjonalpark klassifisering bestående av 4 soner hvor det er en mer eller mindre tilrettelegging basert på om det er ønskelig å oppholde seg i områder med en høyere eller lavere aktivitet (Heiberg et al., 2005; Garms et al., 2016). Der er heller ingen fasiliteter tilrettelagt som oppfordrer til at man selv skal bruke sin kunnskap om villmark, noe som kan tilsvare til en form for flukt fra daglige rutiner og endring av prioriteringer. I det forespeilede området er det heller ikke tillat med motorisert ferdsel som vil si at det imøtekommer ønsket om fred, ro og avstanden til støy for denne gruppen.

Gruppen ”Fokus på naturen - bevissthet og følelse” (56,2 %) hadde oppgitt grunnene ”oppleve naturens magi og mysterier” og ”rekreasjon i et primitivt miljø” som viktige elementer for å gå tur. Muligheten for å kjenne på og ”utvikle tilhørighet til en viktig plass” i naturen var også viktige trekkende grunner for å oppsøke turstien. Denne gruppen hadde nærliggende like grunner for å oppsøke naturen som den gruppe 1 ”Fokus på selvet - introspeksjon” da fokuset ligger i å kjenne på følelsen av bevissthet og erkjennelse for seg selv. Fordi det ble oppgitt at et primitivt miljø var en av de viktigste grunner for besøket ville det hvert urettmessig i dette tilfellet å foreslå en annen klasse enn P (Primitiv). Klassen P tar som nevnt hensyn til ønsket om et umodifisert område som vil si at naturen fremstår som urørt som gir mulighet til å ”observere og verdsette økosystemene”, ”oppleve naturens magi og mysterier”, og å ”observere og høre ville dyr”. Dette kan være medvirkende indre push-faktorer for gruppen ”Fokus på naturen - bevissthet og følelse”.

Den siste gruppen ”Fokus på opplevelser - spennende tilværelse” (50,8 %) var den gruppen som fremsto med færrest forklarende elementer men allikevel kan være nyttig å gjøre

seg kjent med mot en strukturering av turstiene. Denne gruppen var ute etter å oppleve og oppdage vakker utsikt og nye opplevelser. Det kan tolkes til at disse er komfortable med å søke høyder mot å oppdage et dramatisk landskap. En spennende tilværelse kan omhandle mange elementer og for å finne en riktig passende avgrensing av et område for disse turgåerne ville det vært spennende å se om disse hadde flere forhold som kunne forklare hvilken grunner de hadde får å gå tur. Fordi elementene i gruppen kan inneholde flere meninger kan disse kriterier tilpasses innenfor flere kategorier i ROS-rammeverket.

Innad i gruppene var oppleve naturens magi og mysterier og komme vekk fra daglige rutiner i størst grad drivende som ”push- og pull” faktorer. Det kan tolkes dithen at behovet for de to gruppene var å fokusere mer på å være seg bevisst og kunne flykte for å skape en balanse i livet. Det kan stemme med hva flere har uttalt om at motivasjon kan skapes på bakgrunn av et ønske av å flykte mot noe annet en det som er tilstede i de vanlige omgivelser (Dann, 1981; MacCannell, 2001). Det som ikke var avgjørende grunner til at turgåerne valgte tur på en av Senjas fjelltopper var behovet om å kjenne tilhørighet til en viktig plass og å unngå andre mennesker. Disse to elementer var mindre viktige for motivasjonen og kunne ikke dekke det generelle behov i betydningsfull grad. I motsetning kunne dette bety at det var ønskelig å møte andre mennesker på turen.

For gruppe 4 ”Fokus på andre - relasjoner” viste resultatet at tilknytninger til andre mennesker å være mest viktig som motivasjon. Men det var ikke viktigst å kunne dele sine kunnskaper med andre. Motivasjonen til disse besøkende kunne oppstå ved muligheten å kunne være sammen med andre som verdsatte vill natur og dernest kjenne et ukomplisert forhold til andre. Denne gruppen ville følt at en tilhørighet av å være i samspill med andre ville imøtekomme behovet. Klassen i ROS-rammeverket som best kan svare til denne type holdninger er mest sannsynlig klasse C (konsentrert). Dette er fordi området beskrives som et sted hvor det er mulig å se og høre andre mennesker og fasilitetene er tilrettelagt for at

aktiviteter kan utføres som kan bidra til å øke interaksjon mellom turgåerne. Som et eksempel er turstien til Knuten en godt tilrettelagt tur i forhold til de 7 andre turstiene i undersøkelsen (se vedlegg 3). Knuten er en tur som kan sies å svare til forventningene fra gruppen ”Fokus på andre - relasjoner” fremfor hva for eksempel Kyle ville gjort. Til sammenligning er Kyle er en krevende tur med mindre tilrettelegging enn Knuten.

Hvis man bruker konstruksjoner for motiv til puristiske grupper kan det tilretteleggingen får en annen vinkling (se vedlegg 15). Det viste seg at nasjonale og internasjonale hadde ulike motiver av puristiske holdninger, og noen forskjeller utmerket seg. En internasjonal lavpurist ønsket og ble mer motivert av områder tilrettelagt for ”Fokus på selvet - introspeksjon” enn hva en nasjonal lavpurist ble. Det var overraskede med hva det tanke på hva det norske tradisjonelle friluftslivet er kjent for. I Norge hvor allemannsrettens som står sterkt ville det være nærliggende å tro at det var en høyere puristisk holdning ved motivene for den nasjonale lavpuristen enn ved en internasjonale.

Det fremkom overraskende likhetstrekk i gruppen ”Fokus på natur - bevissthet og følelse”. Her viste resultatet at den internasjonale lavpuristen bli mer motivert av å kunne verdsette økosystemer og kjenne tilhørighet til naturen i større grad enn hva den nasjonale lavpuristen gav uttrykk for. Et slikt funn kan sies å være av interesse da nordmenn kan regnes å ha høyere puristiske holdninger enn hva internasjonale besøkende har på grunn av den norske kulturarven og tradisjonen for å utøve friluftsliv (Vistad & Vorkinn, 2012). Kan det tenkes at nasjonale turgåere har blitt forvent med tilrettelegging og derfor er urørte naturområder nærmest blir nedprioriterte for besøk? Denne holdningen kan tilsa at i skjæringsfeltet mellom det naturbaserte reiseliv og friluftsliv vil det oppstå flere utfordringer utviklingen enn vi har i dag. Vil dette være et grunnlag som går i en negativ retning og kan gi en intensivert interessekonflikt for utmarksressursen mellom grunneiere og besøkende i fremtiden.



Kan disse resultatene tilsi at norsk natur blir i for stor grad tilrettelagt for aktiviteter slik at de internasjonalt besøkende nå viser den endring i holdning til hva de foretrekker ved et besøk i Norge. Kanskje de besøkende er mer opptatt av den urørte naturen og i mindre grad søker relasjoner og flukt fra sin hverdag i form av å dra på tur i Norge. Internasjonale lavpurister gir inntrykk at dem vil oppleve og kjenne på en spennende tilværelse. Men denne spenningen trenger ikke nødvendigvis bety mange utviklede områder med mange muligheter for høy aktivitet. Kanskje tyder en høyere gj.sn. verdi for internasjonale besøkende (gj.sn. 6.30) at disse i større grad føler en tiltrekking til umodifisert natur, mens nasjonale stadig er på søken etter nye aktiviteter å prøve ut. Dette er noe som kan vurderes i tilretteleggingen av turstiene på Senja. Det kan være at de allerede godt tilrettelagte stiene, som for eksempel Knuten skal ivaretas som en lett tilgjengelig turrute mens Glæret blir opprettholdt som en lite tilrettelagt tur for de som ønsker en tur med mer spenning og uforutsigbarhet under et besøk.

Etter disse vurderinger er det rimelig sikkert at det finnes forskjeller i motiver for valg av tursti. Det er også tydelig at det finnes forskjeller i holdninger og preferanser hos de nasjonale og internasjonale besøkende knyttet til grad av tilrettelegging og interaksjon.

## **6.0 Konklusjon/oppsummering**

Dette er første undersøkelsen som er gjort på besøkende ved turstier på Senja. Hvis funnene brukes riktig kan de bidra til en bærekraftig forvaltning av stiene som både ivaretar opplevelsesressursen og bruken av stiene. I denne undersøkelsen ble det funnet fem hovedgrupper som forklarer hva som motiverer turgåeren til å bruk av turstier på Senja. En av de fem konstruksjoner, ”Fokus på selvet - introspeksjon”, fremsto som mest viktig, og her kreves det en varsom forvaltning og tilrettelegging som tar hensyn til ønsket om stillhet, ro og ettertanke i naturlige omgivelser.

Det kan vises til flere typer av motivasjon som finnes uavhengig av ønske om tilrettelegging. ”Fokus på andre - relasjoner” fremsto også som viktig for motivasjonen til å besøke turstier på Senja. Fordi dette er gitt uttrykk å være viktig bør det kanskje tenkes at en tilrettelegging kan holdes til et minimum og heller legge vekt på at det er samholdet mellom mennesker som skal forbedres. Det er ikke opplagt at ulike fasiliteter automatisk vil være en forbedring i den sammenheng. Et økt ønske for gruppen ”Fokus på frihet - flukt og balanse” var helt enkelt frihet. Friheten fra dagliglivet er i dagens samfunn i ferd med å falle bort, og denne begrensningen gir økt press på naturressursene. Det andre interessante funnet var hvordan internasjonale besøkende viste en mindre motivasjon for å besøke turområder med høy tilrettelegging, og som også er bekreftet i andre undersøkelser.

Det kan for tiden virke uvesentlig, men det er tydelig at ønsket om å søke avstand fra støy og bylivet er viktig for et flertall. Da kan det tenkes at en fremtidig strategi bør ta hensyn til dette ønsket. For å imøtekomme de to ulike gruppene, nasjonale og internasjonale, vil det være gunstig å gjøre flere undersøkelser i samme område for å avdekke underliggende forhold som ikke kommer tydelig frem i en kvantitativ undersøkelse. Denne undersøkelsen beskriver et tverrsnitt av situasjonen på Senja, og det vil være et behov for undersøkelser over tid for å registrere stabile holdninger.

Fremtiden for turstiene på Senja viser at det er mange muligheter, men det er nødvendig å holde seg oppdatert på den raske utviklingen om hvilke motiver og holdninger som kan føre til press på de turstiene av ulik popularitet for de nasjonale og internasjonale besøkende. Skulle dette bli glemt kan det få store miljømessige, sosiale, kulturelle og økonomiske konsekvenser for de viktige naturlandskapene på Senja.

## Litteraturliste

- Allemannsretten. (2013). *M-84 Allemannsretten*. Hentet fra <http://www.miljodirektoratet.no/Documents/publikasjoner/M84/M84.pdf>
- Andersen, O. & Gundersen, V. (2010). *Ferdsel og bruk av Rondane* Norsk institutt for naturforskning. Hentet fra <http://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2010/599.pdf>
- Andersen, O., Gundersen, V., Wold, L. C. & Stange, E. (2014). Monitoring visitors to natural areas in wintertime: Issues in counter accuracy. *Journal of sustainable tourism*, 22(4), 550-560. doi: 10.1080/09669582.2013.839693
- Borrie, W. T. & Roggenbuck, J. W. (2001). The dynamic, emergent, and multi-phasic nature of on-site wilderness experiences. *Journal of Leisure Research*, 33(2), 202.
- Brandtzæg, B. A. & Haukeland, P. I. (2014). *Naturarven som verdiskaper. Statusrapport 2010-2013*. Bø: Telemarksforskning. Hentet fra <https://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/filer/2605.pdf>
- Bredin, K. Y., Skår, M., Vistad, O. I. & Gundersen, V. (2015). *Erfaringer med Turskiltprosjektet t.o.m. april 2015*. Lillehammer: Norsk institutt for naturforskning. Hentet fra <http://www.turskiltprosjektet.no/wp-content/uploads/2016/02/Turskiltprosjekt-NINA-Minirapport-586.pdf>
- Brochs-Haukedal, W. (2011). *Arbeids- og lederpsykologi* (8. utg.). Bergen: Cappelen Damm.
- Brown, P. J., Driver, B. L., Bruns, D. H. & McConnell, C. (1979). Outdoor recreation opportunity spectrum in wildland recreation planning: development and application. *Reprints-United States, Forest Service*.
- Brown, P. J., Driver, B. L. & McConnell, C. (1978). The Opportunity Spectrum - Concept and Behavioral Information in Outdoor Recreation Resource Supply Inventories: Background and Application. *Forest Management Faculty Publications*, 1(1), 73-84.
- Buckley, R. (2000). Neat trends: current issues in nature, eco- and adventure tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2(6), 437-444. doi: 10.1002/1522-1970(200011/12)2:6<437::AID-JTR245>3.3.CO;2-R
- Budalen, A. (2015, 26. juli). – Det er respektløst å campe på kirkegården. Hentet 3. mai 2017 fra [https://www.nrk.no/nordland/\\_-det-er-respektlost-a-campe-pa-kirkegarden-1.12470861](https://www.nrk.no/nordland/_-det-er-respektlost-a-campe-pa-kirkegarden-1.12470861)
- Carhart, A. (1961). Planning for America's Wildlands: A Handbook for Land-use Planners, Managers and Executives, Committee and Commission Members, Conservation Leaders, and All who Face Problems of Wildland Management. *National Audubon Society, National Parks Association, The Wilderness Society, and the Wildlife Management Institute.*, 97.
- Churchill, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73. doi: 10.2307/3150876
- Clark, R. N. & Stankey, G. H. (1979). *The Recreation Opportunity Spectrum: A framework for management, planning, and research*. Portland: U.S. Department of Agriculture Forest Service. Hentet fra [https://iucn.oscar.ncsu.edu/mediawiki/images/b/b4/Clark\(1979\).pdf](https://iucn.oscar.ncsu.edu/mediawiki/images/b/b4/Clark(1979).pdf)
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424. doi: 10.1016/0160-7383(79)90004-5
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of tourism research*, 8(2), 187-219.

- Den Norske Turistforening. (2017). Turforslag. Hentet 11. mai 2017 fra <https://www.ut.no/tur/>
- Driver, B. L. (1983). *Master list of items for recreation experience preference scales and domains*. USDA For Serv. Rocky Mountain Forest and Range Experiment Station, Ft. Collins, Co.,
- Driver, B. L. & Brown, P. J. (1978). *The opportunity spectrum concept and behavioural information in outdoor recreation resource supply inventories: a rationale*. In: *Integrated inventories of renewable natural resources: proceedings of the workshop, January 1978, Tucson, Arizona (Edited by HG Lund et al.)*. Hentet fra [http://scholarworks.umt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=forest\\_pubs](http://scholarworks.umt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=forest_pubs)
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*: Sage publications.
- Fredman, P., Romild, U., Emmelin, L. & Yuan, M. (2009). Non-compliance with on-site data collection in outdoor recreation monitoring. *Visitor Studies*, 12(2), 164-181. doi: 10.1080/10645570903203471
- Fredman, P., Wall-Reinius, S. & Lundberg, C. (2009). *Turism i natur: Definitioner, omfatning, statistikk*. Östersund: Etour. Hentet fra [http://www.sveaskog.se/Documents/Jakt, fiske och friluftsliv/Turism i natur\\_Etour okt2009.pdf](http://www.sveaskog.se/Documents/Jakt,_fiske_och_friluftsliv/Turism_i_natur_Etour_okt2009.pdf)
- Fredman, P. & Wikström, D. (2015). *Besök och besökare i Fulufjällets nationalpark sommaren 2014 (med jämförelser åren 2001 och 2003)*. Östersund: Mittuniversitetet.
- Friluftslöven. (1957). *Lov om friluftslivet (friluftslöven)*. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1957-06-28-16?q=allemannsretten>
- Fylkesmannen i Troms. (2016). Turområder på Senja og Finnsnes skal finstudies. Hentet 23. februar 2017 fra [http://www.tromsfylke.no/ - /nyheter/turomrader-pa-senja-og-finnnes-skal-finstudies](http://www.tromsfylke.no/-/nyheter/turomrader-pa-senja-og-finnnes-skal-finstudies)
- Faarlund, N. & Foreningen til Ski-Idrettens Fremme. (1973). *Norsk skiinstruksjon III : fjellskiløping*. Oslo: Ljå Forlag
- Garms, M., Fredman, P. & Mose, I. (2016). Travel motives of German tourists in the Scandinavian mountains: the case of Fulufjället National Park. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-20. doi: 10.1080/15022250.2016.1176598
- God morgen Norge. (2017). Dette er Norges «uoppdagete» reiseperle. Hentet 28. april 2017 fra <http://www.tv2.no/v/1190975/>
- Graburn, N. (2001). *A General Theory of Tourism*.
- Gundersen, V., Andersen, O., Wold, L. C., Nerhoel, I., Fangel, K., Vistad, O. I. & Båtstad, K. R. (2013). *Ferdsl i Snøhettaområdet. Del 1. Dokumentasjonsrapport fra 12 spørreundersøkelser*. Lillehammer: Norsk institutt for naturforskning. Hentet fra <http://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2013/933.pdf>
- Gundersen, V., Mehmetoglu, M., Vistad, O. I. & Andersen, O. (2015). Linking visitor motivation with attitude towards management restrictions on use in a national park. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 9, 77-86. doi: 10.1016/j.jort.2015.04.004
- Gundersen, V., Tangeland, T. & Kaltenborn, B. (2015). Planning for recreation along the opportunity spectrum: The case of Oslo, Norway. *Urban Forestry & Urban Greening*, 14(2), 210-217. doi: 10.1016/j.ufug.2015.01.006
- Gundersen, V. & Vistad, O. I. (2016). Public Opinions and Use of Various Types of Recreational Infrastructure in Boreal Forest Settings. *Forests*, 7(6), 1-18. doi: 10.3390/f7060113
- Hagen, D., Eide, N. E., Fangel, K., Flyen, A. C. & Vistad, O. I. (2012). *Sårbarhetsvurdering og bruk av lokaliteter på Svalbard*. Hentet fra <http://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2012/785.pdf>

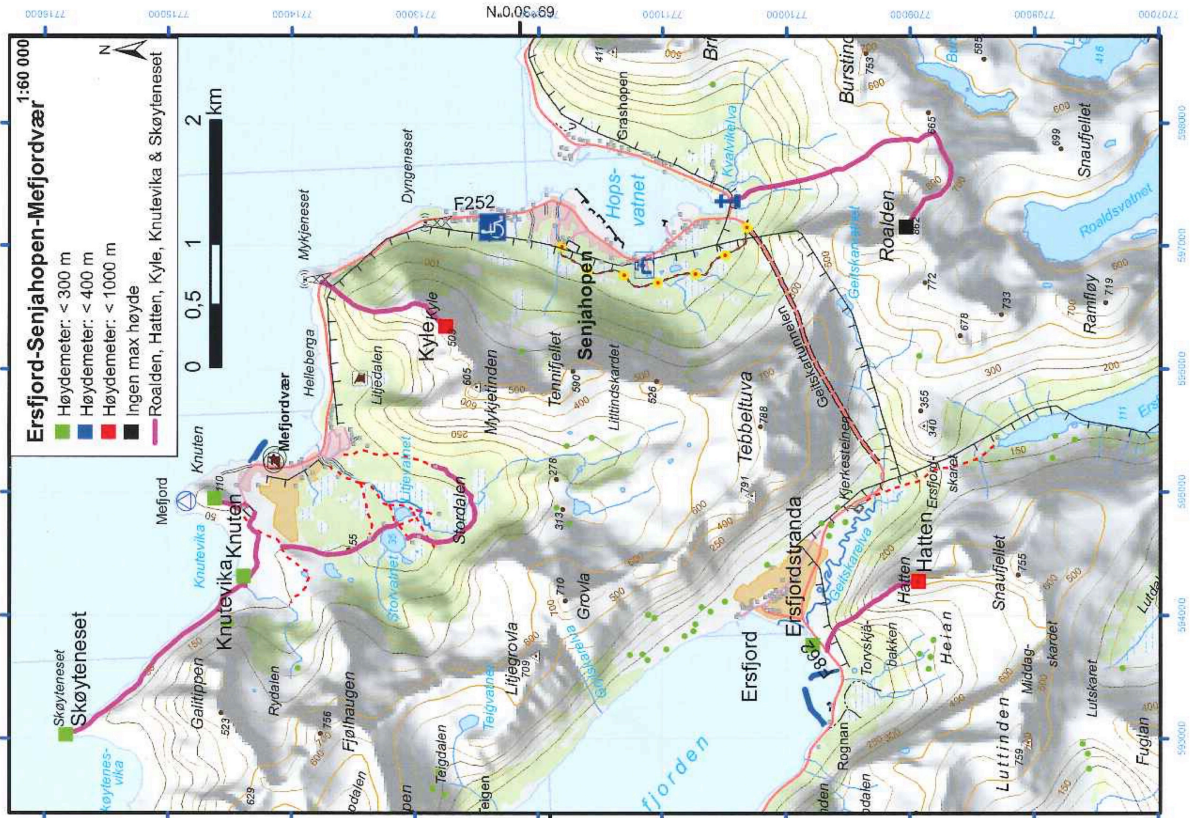
- Haukeland, J. V., Grue, B. & Veisten, K. (2010). Turning national parks into tourist attractions: Nature orientation and quest for facilities. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 248-271. doi: 10.1080/15022250.2010.502367
- Heiberg, M. M., Christensen, H. M. & Aas, Ø. (2005). *Turisme i verneområder : Forprosjekt*. Lillehammer Norsk institutt for naturforvaltning. Hentet fra <http://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2005/87.pdf>
- Hendee, J. C., Catton, W. R., Marlow, L. D. & Brockman, F. C. (1968). *Wilderness Users in the Pacific Northwest - Their Characteristics, Values, and Management Preferences*. Department of Agriculture. Washington. D.C. Forest Service.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer behaviour in tourism*: Routledge.
- Hörnsten, L. & Fredman, P. (2002). *Besök och besökare i Fulufjället 2001: En studie av turismen före nationalparksbildning*. Östersund: Department of social sciences.
- Hårklau, L. (2016, 14. august). Reinebringen får sherpasti. Hentet 7. mai 2017 fra <https://www.utemagasinet.no/Aktuelt/Reinebringen-faar-sherpasti>
- Iso-Ahola, S. E. (1999). *Motivational foundations of leisure*. In E. Jackson and T. Burton (eds), *Leisure Studies: Prospects for the Twenty-First Century*. Pennsylvania: Venture Publishing Inc.
- Iversen, E. K., Løge, T. H., Jakobsen, E. W. & Sandvik, K. (2015). *Verdiskapingsanalyse av reiselivsnæringen i Norge – utvikling og fremtidspotensial*. Oslo: Menon Business Economics. Hentet fra <http://www.menon.no/wp-content/uploads/29verdiskapingsanalyse-av-reiselivsnaringen-sluttrapport-28.-januar-2015-2.pdf>
- Jacobsen, J. K. S. & Viken, A. (2002). *Turisme : fenomen og næring* (2. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Jakobsen, P. & Midt-Troms friluftsråd. (2015). *Turbok for Senja og Midt-Troms*. Tromsø: Fagtrykk Ide.
- Johannessen, A. (2009). *Introduksjon til SPSS : versjon 17* (4. utg.). Oslo: Abstrakt forlag.
- Kajala, L., Almik, A., Dahl, R., Dikšaitė, L., Erkkonen, J., Fredman, P., Jensen, F., Søndergaard, K. K., Seivänen, T., Skov-Petersen, H., Vistad, O. I., & Wallsten, P. (2007). *Visitor monitoring in nature areas – a manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries*. Hentet fra <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-1263-2.pdf?pid=2665> doi:10.6027/TN2007-534
- Kartverket. (2017). Norgestkart. Hentet 13. mai 2017 fra <https://www.norgeskart.no>
- Kay, P. (2003). Consumer motivation in a tourism context: Continuing the work of Maslow, Rokeach, Vroom, Deci, Haley and others. I R. Kennedy, G. Geursen & M. Tolo (Red.), *Celebration of Ehrenberg and Bass: Marketing Discoveries, Knowledge and Contribution: Proceedings, ANZMAC 2003* (s. 600-610). Hentet fra <http://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30036658/kay-consumermotivation-2003.pdf>
- Klima- og Miljødepartementet. (2016). *Friluftsliv: Natur som kilde til helse og livskvalitet*. Oslo: Klima- og Miljødepartementet. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/9147361515a74ec8822c8dac5f43a95a/no/pdfs/stm201520160018000dddpdfs.pdf>
- Kolderup, T. S. (2016, 16. august). Nasjonale turiststier. Hentet 12. mars 2017 fra <https://www.utemagasinet.no/Blogg/Nasjonale-turiststier>
- Kultur og Kirkedepartementet. (2008). *Tilrettelegging av turveier, løyper og stier*. Oslo: Kultur- og kirkedepartementet. Hentet fra [https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kkd/idrett/turstier\\_v-0939b.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kkd/idrett/turstier_v-0939b.pdf)
- Lyngø, I. J., Norsk folkemuseum & Den norske turistforening. (1993). *På vandring : en tur i friluftslivets historie*. Oslo: Norsk folkemuseum.

- MacCannell, D. (2001). Remarks on the Commodification of Cultures. I V. Smith (Red.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (s. 380-390).
- Manfredo, M. J., Driver, B. L. & Tarrant, M. A. (1996). Measuring leisure motivation: a meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213.
- Manning, R. E. (2011). *Studies in outdoor recreation : search and research for satisfaction* (3. utg.). Corvallis: Oregon State University Press.
- Mehmetoglu, M. (2007). Typologising nature-based tourists by activity—Theoretical and practical implications. *Tourism management*, 28(3), 651-660. doi: 10.1016/j.tourman.2006.02.006
- Mitchell, T. R. & Larson, J. R. (1987). *People in Organisations: An Introduction to Organisational Behaviour*. (3. utg.): USA McGraw-Hill Inc.
- Moe, A. (2015, 28. august). Det populære fjellet på Senja er nedslitt av turgåere. Hentet 20. februar 2017 fra <http://www.nrk.no/troms/det-populaere-fjellet-pa-senja-er-nedslitt-av-turgaere-1.12522057>
- Newman, P. & Dawson, C. P. (1998). *The human dimensions of the wilderness experience in the High Peaks Wilderness Area*. State University of New York. College of Environmental Science and Forestry., New York
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2. utg.). New York: McGraw-Hill series in psychology
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2017). *Melding til Stortinget Opplev Norge – unikt og eventyrlig*. Oslo: Nærings- og fiskeridepartementet. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/95efed8d5f0442288fd430f54ba244be/no/pdfs/stm201620170019000dddpdfs.pdf>
- Nærings- og handelsdepartementet. (2012). *Destinasjon Norge Nasjonal strategi for reiselivsnæringen*. Oslo: Nærings- og handelsdepartementet. Hentet fra [https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/NHD/Vedlegg/Rapporter\\_2012/reiselivsstrategien\\_april2012.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/NHD/Vedlegg/Rapporter_2012/reiselivsstrategien_april2012.pdf)
- Odden, A. (2009). Sammendrag. Hentet 13. februar 2017 fra [http://www.naturliv.no/odden/Sammendrag\\_Alf\\_Odden.pdf](http://www.naturliv.no/odden/Sammendrag_Alf_Odden.pdf)
- Pallant, J. (2005). *SPSS survival manual : a step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (Version 12)* (2. utg.). Maidenhead: Open University Press.
- Pallant, J. (2007). *SPSS survival manual : a step by step guide to data analysing using SPSS for Windows* (3. utg.). Maidenhead: Open University Press.
- Reiseliv, N. H. (2016, 2. november). Foreslår nasjonale turstier. Hentet 22. februar 2017 fra <https://www.nhoreiseliv.no/vi-mener/barekraftig-reiseliv/nasjonale-turstier/nyhet/nho-reiseliv-vil-ha-nasjonale-turstier/>
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67. doi: 10.1006/ceps.1999.1020
- Raadik, J., Cottrell, S. P., Fredman, P., Ritter, P. & Newman, P. (2010). Understanding Recreational Experience Preferences: Application at Fulufjället National Park, Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 231-247. doi: 10.1080/15022250.2010.486264
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. & Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour : a European outlook* (2. utg.). Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Schwab, K., Snabe, H. J., Eide, B. E., Blanke, J., Moavenzadeh, J. & Drzeniek-Hanouz, M. (2015). *Insight report. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth trough Shocks*. Geneva: World Economic Forum. Hentet fra

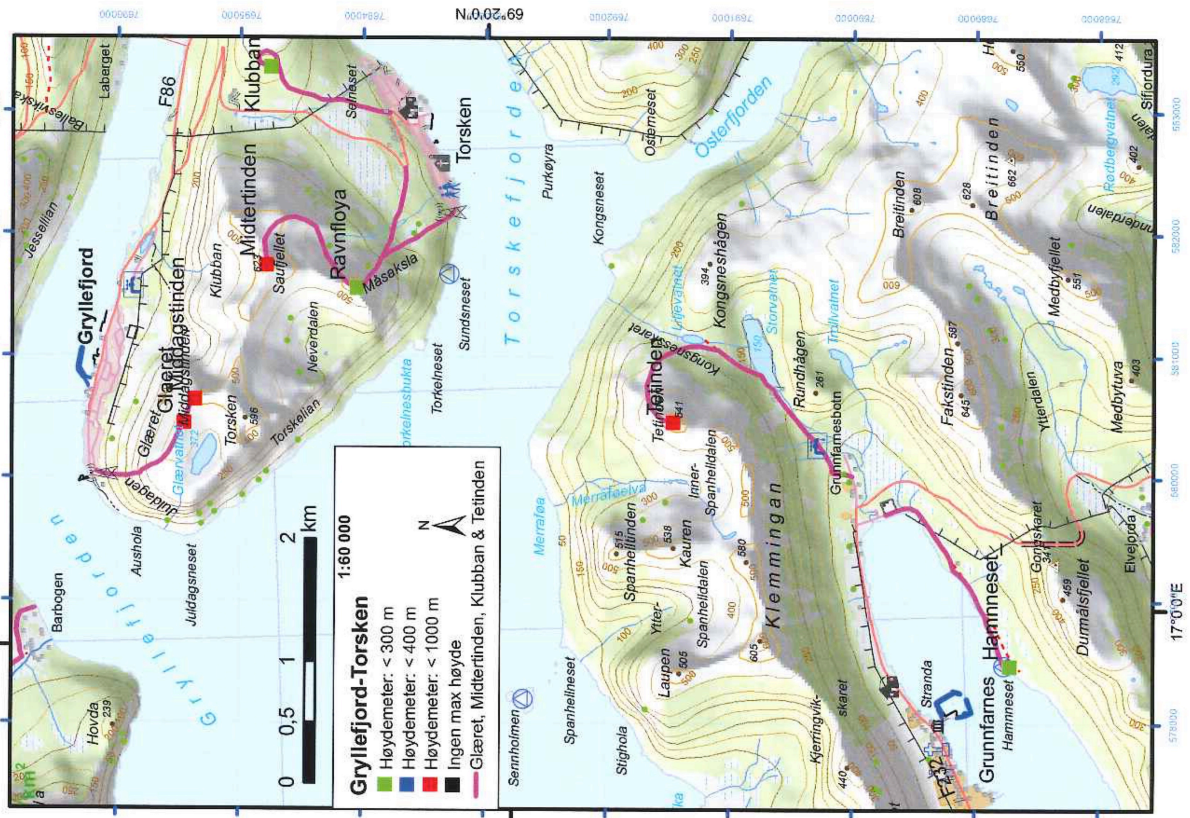
- [http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF\\_Global\\_Travel&Tourism\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf)
- Senja, V. (2017). Om Senja. Hentet 14. mars 2017 fra <https://www.visitsenja.no/om-senja-norsk>
- Sirakaya-Turk, E., Uysal, M., Hammitt, W. E. & Vaske, J. J. (2011). *Research methods for leisure, recreation and tourism*. Wallingford: CABI.
- Steen, K. & Friluftsråd, L. (2015, 12 juni). Slik skal Reinebringen sikres. Hentet 3. mai 2017 fra <https://www.lofotposten.no/fjelltur/debatt/slik-skal-reinebringen-sikres/o/5-29-96631>
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. utg.). Boston: Pearson.
- Tangeland, T. & Aas, Ø. (2011). Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products – A Norwegian case study of outdoor recreationists. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 32(4), 822-832. doi: 10.1016/j.tourman.2010.07.005
- Tuftin, P. A. (n.a.). Innovasjon Norges satsing på naturbasert reiseliv. Hentet 15. februar 2017 fra <https://www.nmbu.no/download/file/fid/13586>.
- UNWTO. (2014, februar. ). Glossary of tourism terms. Hentet 29. mars 2017 fra <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2. utg.). London: Sage.
- Valberg, I. (2015, 19. juni). Lofoten henger 50 år etter. Hentet 3. mai 2017 fra <https://www.lofotposten.no/reiseliv/friluft-2015/lofoten/lofoten-henger-50-ar-etter/s/5-29-99451-am-commentArea>
- Vegvesen, S. (2017). De 18 turistvegene Senja. Hentet 14. mars 2017 fra <http://www.nasjonaleturistveger.no/no/turistvegene/senja>
- Vistad, O. I. (1995). *I skogen og i skolten : ein analyse av friluftsliv, miljøoppleving, påverknad og forvaltning i Femundsmarka, med jamføringar til Rogen og Långfjället*. Universitetet i Trondheim, Trondheim
- Vistad, O. I. (2009). *Ferdslut frå fjellnære reiselivsbedrifter*. Lillehammer: Norsk institutt for naturforskning. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2387571/441.pdf?sequence=3>
- Vistad, O. I., Gundersen, V. S. & Wold, L. C. (2014). *Brukerundersøkelser i Hallingskarvet og Varangerhalvøya nasjonalparker, sommeren 2014*. Lillehammer: Norsk institutt for naturforskning. Hentet fra <http://www.nina.no/archive/nina/PppBasePdf/rapport/2014/1109.pdf>
- Vistad, O. I., Thorén, A. K. H., Skår, M., Wold, L. C., Nordh, H. & Gundersen, V. (2014). Berre ein liten tur...!? Kunnskapsstatus om indre og ytre hindringar for kvardagsturen. *UTMARK - tidsskrift for utmarksforskning(1&2&S)*, 14.
- Vistad, O. I. & Vorkinn, M. (2012). The Wilderness Purism Construct — Experiences from Norway with a simplified version of the purism scale. *Forest Policy and Economics*, 19, 39-47. doi: 10.1016/j.forpol.2011.12.009
- Wall, G. & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities* (Bind 1): Pearson Education.
- Yr. (2017a). Klimastatistikk for Nord-Norge. Hentet 20. mars 2017 fra <https://www.yr.no/sted/Norge/Troms/Tranøy/Senja/klima.sommer.html>
- Yr. (2017b). Været som var (detaljert) Senja, Tranøy (Troms). Tabell for temperatur, nedbør og vind per dag. Hentet 20. mars 2017 fra [https://www.yr.no/sted/Norge/Troms/Tranøy/Senja/detaljert\\_statistikk.html](https://www.yr.no/sted/Norge/Troms/Tranøy/Senja/detaljert_statistikk.html)



Tursti: Kyle og Knuten

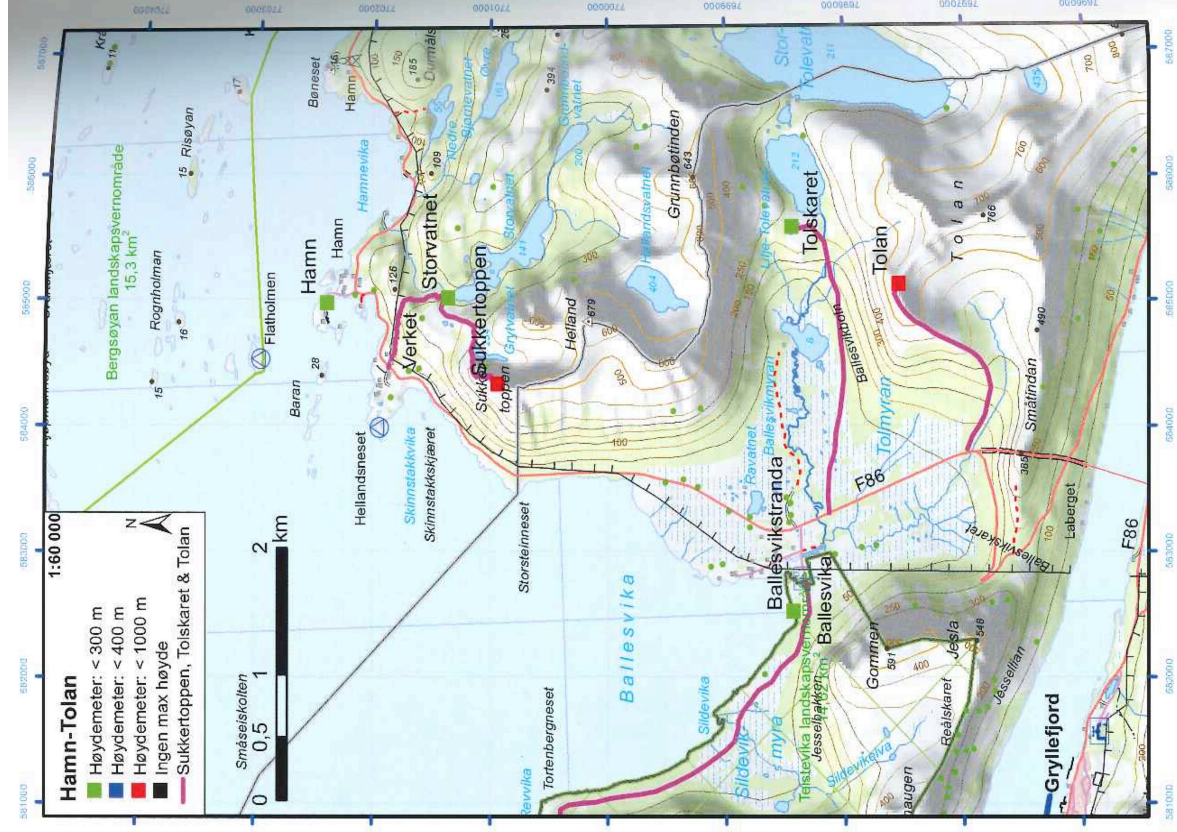


Tursti: Glæret

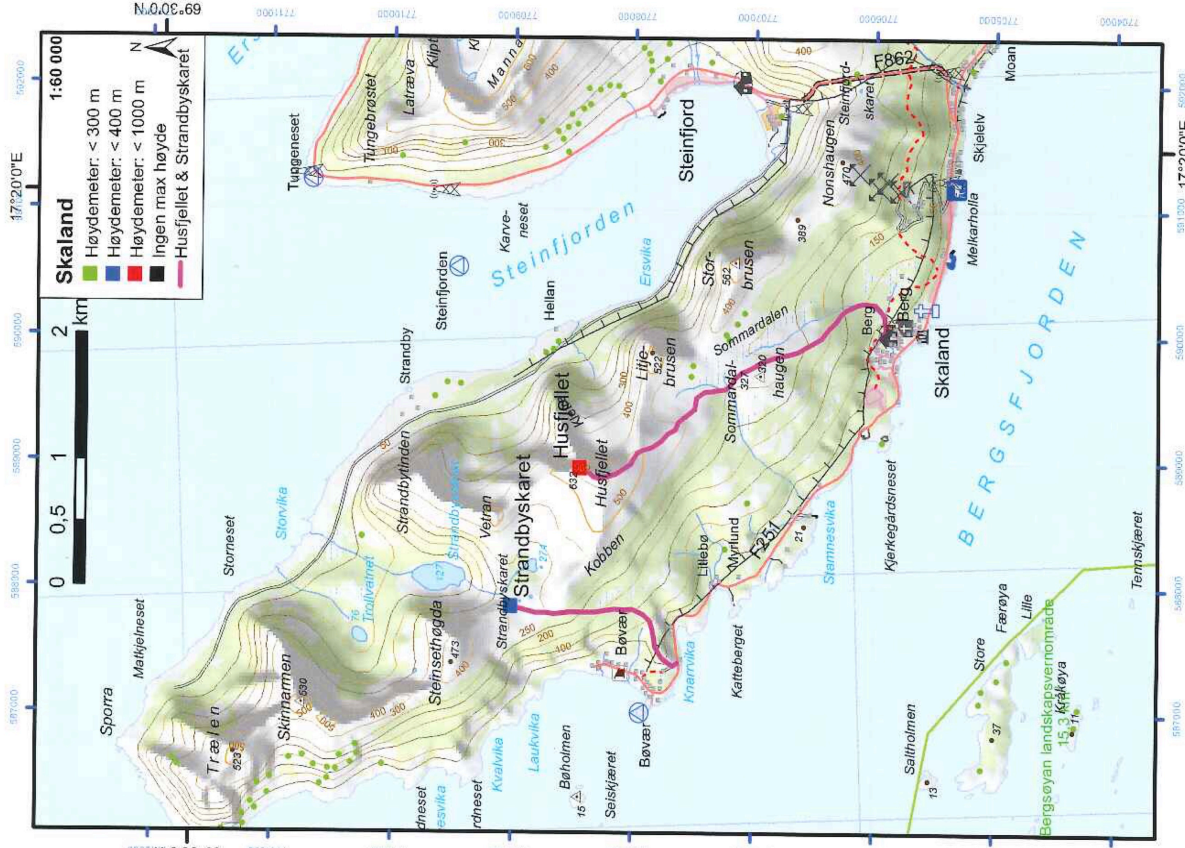




## Tursti: Storvatnet og Sukkertoppen

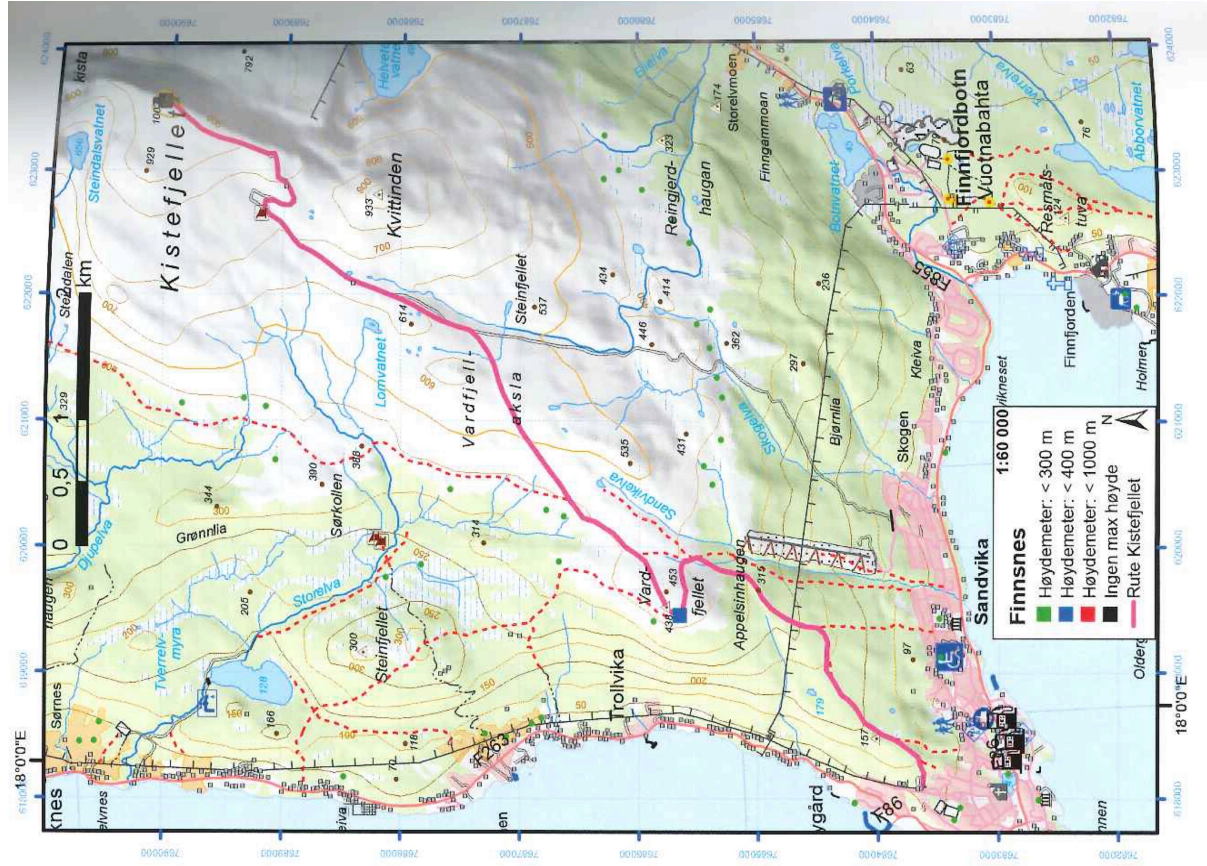


## Tursti: Husfjellet og Strandbyskaret

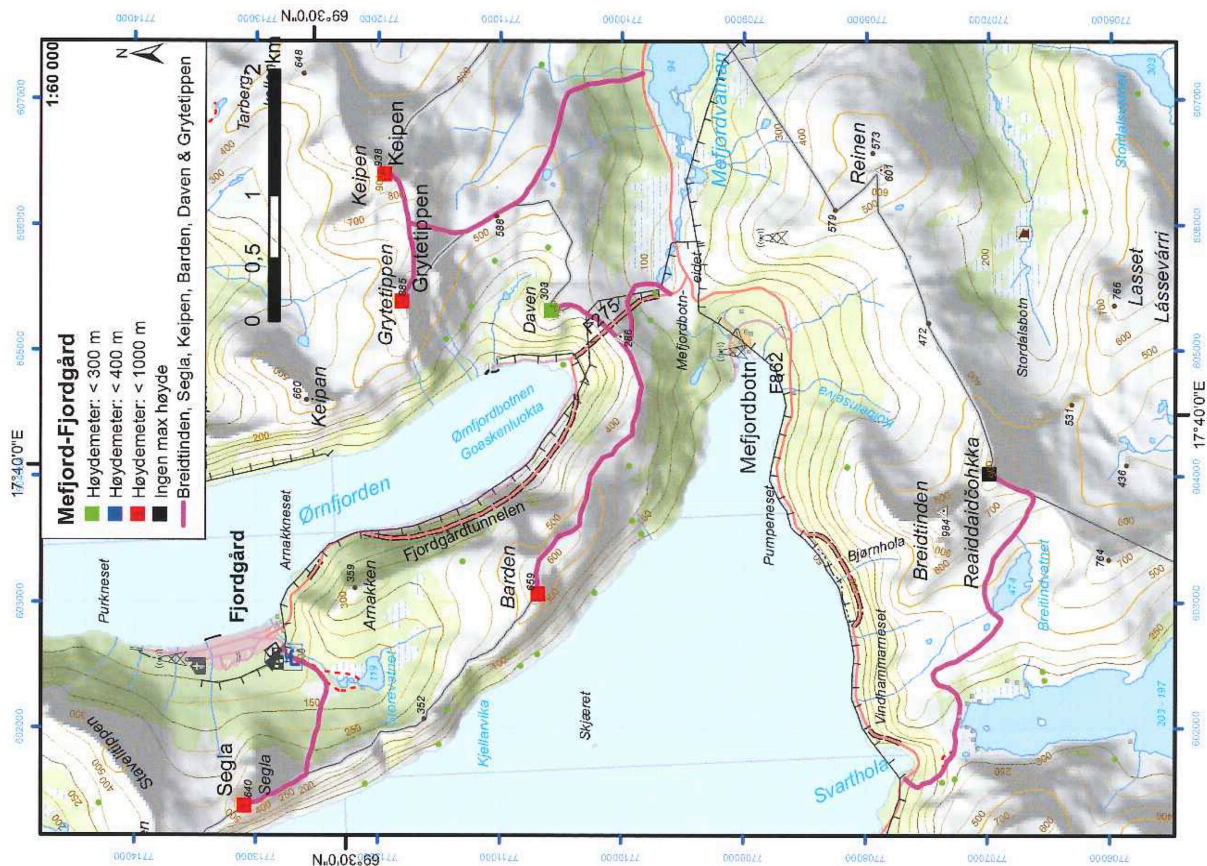




Tursti: Vardfjellet (Varden)



Tursti: Segla



## Beskrivelse av rekreasjon erfaring perferanser (REP-skala)

Opprinnelig område	Beskrivelse	Elementer
Utforskende	Beskriver impulser til å oppdage nye territorier i uberørt landskap. Dette reisemotivet skyver ofte ytterpunktet av menneskelig reise i form av risiko og utfordring	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Oppleve den naturskjønne kvaliteten på naturen</li> <li>* Fysisk utfordring</li> <li>* Å ha en følelse av oppdagelse</li> <li>* Se dramatisk landskap</li> <li>* Ro og fred</li> </ul>
Avstand/Fjernhet	Betraktes som en funksjon av avstand, tilgjengelighet og begrenset antall mennesker i området	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Å være alene / ensomhet</li> <li>* Fri fra observasjon fra alle andre folk</li> <li>* Utvikle en følelse av fjernhet fra byer</li> </ul>
Enkelt levesett	Beskriver menneskets ønske om et liv uten daglige forpliktelser, begrensninger og byrder i dagens samfunn. Bevisstheten om en usunn livsstil fører til behovet for fysisk aktivitet samt utvinning	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Komme deg bort fra daglige rutiner</li> <li>* Fysisk helse og trening</li> <li>* Forenkle daglige prioriteringer</li> </ul>
Naturlige omgivelser	Refererer til et miljø som omfatter samspillet med alle levende arter. Rekreasjonfolk som stemmer for disse elementene, og vil reise for å oppleve skjønnheten i økosystemet med alle sanser	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Nyte enestående utsikt.</li> <li>* Utforske det naturlige miljø</li> <li>* Observere / høre dyreliv</li> <li>* Et rent og forurenset miljø</li> <li>* Nyte komfort i naturlig omgivelser</li> </ul>
Delt ensomhet	Betyr å reise i en gruppe som er skilt fra andre grupper eller personer. Dette innebærer å nyte ensomheten i villmarken uten forstyrrelser av andre	<ul style="list-style-type: none"> <li>* En liten intim gruppe</li> <li>* Privatliv fra folk flest, men med personlige forhold</li> <li>* Føle spesiell nærhet med andre i min gruppe</li> <li>* Andre gruppemedlemmer godtar meg for den jeg er</li> </ul>
Sammenheng / åndelig	På dette nivået ønsker individet å inkludere naturen som sin identitet. Følelsen av verdsettelse for naturen øker med å føle sammenheng med naturens ånd	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Føle tilkobling til et sted som er viktig</li> <li>* Gjenskape i en primitiv miljø</li> <li>* Føle en forbindelse med andre som verdsetter villmark</li> <li>* Observere og sette pris på økosystemet</li> <li>* Skaffe en dypere forbindelse i livet</li> </ul>
Villmarksferdigheter	Villmarksferdigheter og oppførsel i naturen er ofte neglisjert eller ukjent i dagens verden. Dette nivået refererer til evnen ved den besøkende til å lære eller gjenopplive disse ferdigheter	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Utvikle en følelse av selvtilitt</li> <li>* Dele mine ferdigheter med andre</li> </ul>
Selvoppdagelse	Villmarken åpner opp en sti som fører til sitt indre selv. Borte fra dagliglivet rutiner blir det mulig å gjenoppdage meningen med livet	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Sjansen til å tenke / løse problemer</li> <li>* Utvikle en enhet med naturen</li> <li>* Komme i kontakt med sitt sanne selv</li> <li>* Mulighet for selvoppdagelse</li> <li>* Reflektere over livet</li> <li>* Stimulere kreativitet</li> </ul>
Eventyr	Forventning om at villmarken vil produsere en belønning; den eventyrlystne erfaring motiverer folk til å reise til naturlige miljøer	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Å ha et eventyr</li> <li>* Å ha en historie å fortelle</li> <li>* Opplev steder jeg har lest om</li> <li>* Føler at jeg var en av de første til å bruke dette stedet</li> <li>* Valgfrihet med hensyn til tiltak og bruk av tid</li> </ul>
Inspirasjon	Reflekterer ønsket om å finne inspirasjon i ulike naturperler. Besøkende som føler seg inspirert vil også nyte fordelen i dagliglivet	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Oppleve naturens magi og mystikk</li> <li>* Finn inspirasjon i naturlige omgivelser</li> </ul>

Undersøkte turstier på Senja sommeren 2016

Navn:	Beliggenhet kommune:	Beregnet kjøretid fra Finnsnes ved normal trafikk:	Turen er beregnet passende for:	Turen er beregnet upassende for:	Høydemeter:	Lengde på tur, tur/retur:	Hvordan merking/skilting er på plass:	Type tur:	Tillegsinformasjon:
Knuten	Berg	70 minutter	*	Ingen	110 moh.	1 time	Skiltet/Merket sti 2016	Lav topp og mye brukt lokale og tilreisende. God framkommelighet uten bratte og vanskelige partier.	Tiiretrelagt rasteplass for rullestolbrukere ved adkomst fra fotballbanen. Godt merket sti. Utsikt over Melfjorden.
Storvatnet	Berg	50 minutter	*	Ingen	141 moh.	1 time	Skiltet/Merket sti 2016	Følger samme stien som til Sukkertoppen, men er en kortere og mindre luftig tur.	Har sentral beliggenhet langs nasjonal turistvei. Godt merket sti. En populær tur for besøkende. Ble skiltet i 2016. Utsikt mot Hamn og ut over havet mot Bergsøyene.
Strandbyskardet	Berg	70 minutter	**	Turgåere uten grunnleggende ferdigheter.	280 moh.	1-2 timer	Ikke skiltet	Noen krevende partier og vandring langs bratte ytterkanter.	Kan som alternativ ta seg videre fra denne turtien opp til Husfjellet.
Vardefjellet (Varden)	Lenvik	Startsted Finnsnes	**	Turgåere uten grunnleggende ferdigheter.	440 moh.	2-3 timer	Skiltet/Merket sti 2016	Middels krevende med noe bratt stigning.	Utsikt over deler av Solbergfjorden og Finnsnes.
Sukkertoppen	Berg	50 minutter	***	Små barn og personer med høydeskrekk.	456 moh.	2-3 timer	Skiltet/Merket sti 2016	De siste høydemetrene kan betegnes som ganske bratte og eksponerte. Krever godt turutstyr og fottøy.	Har sentral beliggenhet langs nasjonal turistvei. Godt merket sti. En populær tur for besøkende. Ble skiltet i 2016. Det høyeste punktet har panoramautsikt utover størsteparten av Bergfjorden og dens omkringliggende øyer, samt Hamn, og kommunesentrene Skaland og Bøvær.
Glæret	Torsken	65 minutter	***	Små barn og personer med høydeskrekk.	380 moh.	2-3 timer	Skiltet/Merket sti 2016	Tidvis bratt og åpent terreng. Krever godt turutstyr og skotøy.	Fra toppen av tindan har man utsikt over Gryllefjord og Torskenfjorden.
Husfjellet	Berg	60 minutter	***	Små barn og personer med høydeskrekk.	635 moh.	3-4 timer	Skiltet/Merket sti 2016	Tidvis bratt og åpent terreng. Krever godt turutstyr og skotøy.	Denne turen er etter kongebesøket i 2010 blitt bedre kjent som "Dronningstien". Utsikt på toppen ut over Bergfjorden, Steinfjorden og Ersfjorden samt omkringliggende øyvær.
Kyle	Berg	70 minutter	***	Små barn og personer med høydeskrekk.	503 moh.	3-4 timer	Skiltet/Merket sti 2016	Markant topp med bratt stigning fra start til slutt. Krever godt turutstyr og skotøy.	Fjellet har luftige partier, særlig på toppen til tross for sin beskjedne høyde. Utsikt over Melfjorden og Ersfjorden.
Segla	Lenvik	50 minutter	***	Små barn og personer med høydeskrekk.	639 moh.	3-4 timer	Skiltet/Merket sti 2016	Krever godt turutstyr og skotøy fordi terrenget er utfordrende og bratt. Inneholder flere luftige partier.	En av de mest besøkte fjelltopper på Senja. Utsikten over Melfjorden og Ømfjorden.

Stjerne markerer vanskelighetsgrad.

\* Nybegynnere. Krever ingen spesielle ferdigheter da dette er en kort og enkel tur.

\*\* Nybegynnere, middele godt trene og med grunnleggende ferdigheter

\*\*\* Erfarne turgåere med god utholdenhet.





# Senja 2016



**1 DATO** i dag: \_\_\_\_\_ Klokkeslett: \_\_\_\_\_

**2a** Hvor er du bosatt?

Norge: Postnummer: \_\_\_\_\_ Poststed: \_\_\_\_\_  
Utenlands Land: \_\_\_\_\_

**2b** Kjønn og alder: 1  Kvinne \_\_\_\_\_ år 2  Mann \_\_\_\_\_ år

**2c** Vi ønsker å sende ut et spørreskjema til et utvalg av de som har gått på tur på Senja i sommer. Det er fint om du kunne tenke deg å gi ytterligere innspill til framtidig forvaltning av naturen, turområdene og turstiene her, så vennligst oppgi e-mail-adressen din under. På forhånd takk!

E-postadresse (bruk blokkbokstaver): \_\_\_\_\_

**3a** Hvilken av disse turene er du på?

1  Segla 2  Knuten 3  Sukkertoppen 4  Strandbyskaret  
5  Husfjellet 6  Kyle 7  Glæret 8  Storvatnet  
9  Vardefjellet

**3b** Har du vært på noen av disse turene tidligere i år?

1  Segla 2  Knuten 3  Sukkertoppen 4  Strandbyskaret  
5  Husfjellet 6  Kyle 7  Glæret 8  Storvatnet  
9  Vardefjellet

**4** Hvor mange er du sammen med på denne turen (inkl. deg selv)? \_\_\_\_\_ pers.

Er det barn under 15 år med i reisefølget?

1  Nei 2  Ja; antall barn \_\_\_\_\_ Alder på yngste barn \_\_\_\_\_ år

**5** Hvordan fikk du informasjon om turen?

1  Alltid visst om 2  Bekjente/Venner 3  Skriftlig media/bøker  
4  Turistinformasjon 5  Internett/App 6  Turkart  
7  Annet, hva? \_\_\_\_\_

**6** Hva er hovedformålet med denne turen? (sett gjerne flere kryss)

1  Fottur 2  Tur til utkikkspunkt/topp 3  Sosialt 4  Fisketur  
5  Ridetur 6  Se på dyre-/fuglelivet 7  Være alene  
8  Jakttur 9  Se særegen natur/landskap 10  Bær/sopptur  
11  Løpe/treke 12  Annet, hva? \_\_\_\_\_

**7a** Ta utgangspunkt i strekingen du har gått til nå/planlegger å gå. Hva er det maksimale antallet personer du kan møte på stien før opplevelsen du forventet å få på denne turen påvirkes negativt? Fyll inn

1 \_\_\_\_\_ Stk.

**7b** Opplevde du noe trengsel i løpet av turen? (Ring rundt et tall på skalaen)

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_ 8 \_\_\_\_\_ 9 \_\_\_\_\_  
Ingen En del Ganske mye Ekstrem  
trengsel trengsel trengsel trengsel

**7c** Omtrent hvor mange personer (utenom din egen gruppe) møtte du på turen du var på nå? Fyll inn: \_\_\_\_\_ stk

**8** Hvordan ble du påvirket av de følgende faktorene i løpet av denne turen?

(Vennligst svar på alle alternativene. Ring rundt et tall på hver linje.)

1 = Svært negativt påvirket, 2 = Negativt påvirket, 3 = Litt negativt påvirket,  
4 = Nøytral, 5 = Litt positivt påvirket, 6 = Positivt påvirket, 7 = Svært positivt påvirket  
Erosjon av bakken 1 2 3 4 5 6 7  
Opptrekning 1 2 3 4 5 6 7  
For mange besøkende 1 2 3 4 5 6 7  
Andre besøkes oppførsel 1 2 3 4 5 6 7  
Skade på trær og planter 1 2 3 4 5 6 7  
Behandlingen av naturmiljøet (forsøple, etc) 1 2 3 4 5 6 7  
Annet (hva?): \_\_\_\_\_

**9** Totalt sett, hvor fornøyd eller misfornøyd er du med turen du har vært på nå?

(Ring rundt et tall på skalaen)  
1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_ 7 \_\_\_\_\_ 8 \_\_\_\_\_ 9 \_\_\_\_\_  
Svært misfornøyd Svært fornøyd

MANGE TAKK FOR HJELPEN – GOD TUR VIDERE!



# Senja 2016



**7a** Look at the path you have walked/are planning to walk. What is the maximum number of people you could meet before your experience would be negatively affected?

1 ----- people

**7b** Did you experience any crowding during the hike? (Please put a circle around a number)

1 No crowding      2 Some crowding      3 A lot of crowding      4 Extreme crowding      5      6      7      8      9

**7c** Approximately how many people (except your own group) did you meet during the hike? \_\_\_\_\_ people

**8** Were you affected by any of the following factors during this hike?

(Please answer all the options, 1= Very negatively affected, 2= Negatively affected, 3 = A little negatively affected, 4 = Neutral, 5 = A little positively affected, 6 = Positively affected, 7 = Very positively affected).

Erosion of the ground      1   2   3   4   5   6   7  
The ground was worn down      1   2   3   4   5   6   7  
Too many visitors      1   2   3   4   5   6   7  
Other visitors' behavior      1   2   3   4   5   6   7  
Damage to trees and plants      1   2   3   4   5   6   7  
The treatment of the natural environment (littering, etc.)      1   2   3   4   5   6   7  
Other (what?): \_\_\_\_\_

**9** How satisfied are you with your hike? (Please put a circle around a number)

1 Very Unsatisfied      2 A little Unsatisfied      3      4      5      6      7      8      9  
Very Satisfied

THANK YOU FOR YOUR HELP – ENJOY THE REST OF YOUR JOURNEY!

**1** Today's **DATE:** \_\_\_\_\_ **TIME:** \_\_\_\_\_ o'clock

**2a** Where are you from? \_\_\_\_\_  
Country: \_\_\_\_\_

**2b** Sex and age: 1  Female \_\_\_\_\_ years old      2  Male \_\_\_\_\_ years old

**2c** We would like to send out a query to a number of those that have gone for a hike on Senja this summer. We would greatly appreciate your views on the future care of the nature, hiking trails and the area around here. You can leave your e-mail below. Thank you, in advance!

E-mail (please use capital letters): \_\_\_\_\_

**3a** Which hike are you on right now?

1  Segla      2  Knuten      3  Sukkertoppen      4  Strandbyskaret      5  Husfjellet  
6  Kyle      7  Glæret      8  Storvatnet      9  Vardfjellet

**3b** Have you done any of these hikes earlier this year?

1  Segla      2  Knuten      3  Sukkertoppen      4  Strandbyskaret      5  Husfjellet  
6  Kyle      7  Glæret      8  Storvatnet      9  Vardfjellet

**4** How many people are with you on this hike? (including yourself)? \_\_\_\_\_ people.

Are there children *under the age of 15* in your company?

1  No      2  Yes: Number of children \_\_\_\_\_ Age of youngest child \_\_\_\_\_

**5** How did you learn about this hike?

1  Always known about it      2  Acquaintances/Friends      3  Written media/books  
4  Tourist information      5  Internet/App      6  Hiking maps  
7  Other source, which? \_\_\_\_\_

**6** What is the main purpose of this hike? (You can choose more than one)

1  Berry/mushroom-picking      2  Social walk      3  Fishing trip      4  Hike trip  
5  Horseback riding      6  Wildlife watching      7  To be alone      8  Hunting  
9  Landscape viewing      10  Running/working out  
11  Hike to viewpoint/top of mountain      12  Other reason, what? \_\_\_\_\_



# Senja 2016



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

**1** Datum: \_\_\_\_\_ Uhrzeit: \_\_\_\_\_

**2a** Wo wohnen Sie?  
Norwegen: Postleitzahl: \_\_\_\_\_ Stadt: \_\_\_\_\_  
Ausland Land: \_\_\_\_\_

**2b** Geschlecht und Alter: 1  Frau \_\_\_\_\_ Jahre 2  Mann \_\_\_\_\_ Jahre

**2c** Wir möchten gerne einen Fragebogen ein einige an Euch senden, die eine Wandertour diesen Sommer in Senja gemacht haben. Es wäre schön wenn Sie mit guten Ideen und Anregungen kommen könnten, was die zukünftige Verwaltung von der Natur, Wandergebieten und –wegen angeht. Bitte geben Sie uns für diesen Zweck Ihre E-Mail Adresse. Im Voraus vielen Dank!  
E-Mail (bitte mit Druckbuchstaben): \_\_\_\_\_

**3a** Auf welcher Tour sind Sie gerade?

- 1  Segla
- 2  Knuten
- 3  Sukkertoppen
- 4  Strandysskaret
- 5  Husfjellet
- 6  Kyle
- 7  Glæret
- 8  Storvatnet
- 9  Vardefjellet

**3b** Warst dieses Jahr schon auf den folgenden Touren?

- 1  Segla
- 2  Knuten
- 3  Sukkertoppen
- 4  Strandysskaret
- 5  Husfjellet
- 6  Kyle
- 7  Glæret
- 8  Storvatnet
- 9  Vardefjellet

**4** Mit wie vielen Personen sind Sie auf dieser Tour? (inklusive Sie selbst) \_\_\_\_\_ Pets.

Sind Kinder unter 15 Jahren mit dabei?

1  Nein 2  Ja; Anzahl Kinder \_\_\_\_\_ Alter des jüngsten Kindes \_\_\_\_\_ år

**5** Woher wussten Sie von dieser Tour?

- 1  Hab es schon immer gewusst
- 2  Bekannter/ Freunde
- 3  Scgriftliche Medien/ Bücher
- 4  Touristinformation
- 5  Internet/App
- 6  Wanderkarte
- 7  Anderes, was? \_\_\_\_\_

**6** Was ist das Hauptziel mit dieser Wandertour? (ein oder mehrere Kreuze erlaubt)

- 1  Wandern
- 2  Tour zum Bergipfel/ Aussichtspunkt
- 3  Gesellschaft
- 4  Angeln
- 5  Tiere und Vögel beobachten
- 6  Reiten
- 7  Alleine sein
- 8  Beeren-/Pilze sammeln
- 9  Landschaft genießen
- 10  Jagen
- 11  Training
- 12  Anderes, was? \_\_\_\_\_

**7a** Wenn Sie an die Wanderung denken, die Sie jetzt gegangen sind/ oder planen zu gehen: wieviele Personen können Sie auf Ihrer Strecke treffen ohne dass Ihnen das zu erwartende Erlebnis negativ beeinflusst wird?

- 1  Weniger als 10 Personen
- 2  10-20 Personen
- 3  20-30 Personen
- 4  30-50 Personen
- 5  50-100 Personen
- 6  Mehr als 100 Personen
- 7  Egal

**7b** Haben Sie während der Tour ein Gedrängel erlebt? (Setz ein Kreuz auf der Skala)

- |                |   |   |                 |   |                   |   |                    |   |
|----------------|---|---|-----------------|---|-------------------|---|--------------------|---|
| 1              | 2 | 3 | 4               | 5 | 6                 | 7 | 8                  | 9 |
| Kein Gedrängel |   |   | Etwas Gedrängel |   | einiges Gedrängel |   | extremes Gedrängel |   |

**8** Wie wurden Sie bezüglich der folgenden Faktoren beeinflusst?

(Bitte bewerten Sie alle Alternativen. 1= stark negativ beeinflusst, 2= negativ beeinflusst, 3= etwas negativ beeinflusst, 4= neutral, 5= etwas positiv beeinflusst, 6= positiv beeinflusst, stark positiv beeinflusst).

- |                                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Erosion                         | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |
| Ausgetretener Weg               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zu viele Besucher               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Das Benehmen anderer Besucher   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Schäden an Pflanzen und Bäumen  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Behandlung der Natur und Umwelt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (Umweltverschmutzung u.ä.)      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Anderes (was?): _____           |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |

**9a** Wie zufrieden sind Sie mit der Tour? (Setz ein Kreuz in die Skala)

- |                  |   |   |                 |   |                |   |   |                |
|------------------|---|---|-----------------|---|----------------|---|---|----------------|
| 1                | 2 | 3 | 4               | 5 | 6              | 7 | 8 | 9              |
| Sehr unzufrieden |   |   | Etwas zufrieden |   | Ganz zufrieden |   |   | Sehr zufrieden |

**9aa** Alles in allem, wie gefiel Ihnen die Tour?

- Schlecht

- Ziemlich schlecht, vieles hätte besser sein können.
- Etwas schlecht, einiges hätte besser sein können.
- Weder gut noch schlecht
- Ganz gut, aber vieles hätte besser sein können.
- Sehr gut, aber ein paar wenige Dinge hätten besser sein können.
- Perfekt

**VIELEN DANK FÜR IHRE HILFE – WEITERHIN EINE GUTE TOUR!**





**Brukerundersøkelse på Senja**  
**Visitor study in Senja**  
**Besuchungsregistrierung**



Vær vennlig, åpne luken og fyll ut et kort etter at du har gått turen

Please open and fill in a card after you finished your hike

Bitte öffnen!



Norges miljø- og  
 biovitenskapelige  
 universitet



Formålet med denne undersøkelsen er å få kunnskap om bruken av turstier på Senja.

Opplysningene du har er viktige. De vil hjelpe forvaltere til å legge forholdene til rette for gode opplevelser og for å bevare de unike turområdene for fremtiden.

Vær vennlig og fyll ut et kort og legg i "postkassa" her.

Husk å stenge luken når du er ferdig - og ha en god tur videre.

PS. Dersom du har spørsmål om undersøkelsen eller det mangler spørreskjema etc. kan du kontakte:

Marie Anderzén  
 Masterstudent ved Norges Miljø- og Biovitenskapelige Universitet  
 Tlf. 95442988

E-mail: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no)

TAKK FOR HJELPA!



The purpose of this survey is to gain knowledge of the use of hikes on Senja.

The information you can provide us is important. It can help lay the grounds for positive experiences and give us the ability to better care for this unique area in the future.

Please fill out a survey and place it in the "mailbox".

Remember to close the box – and enjoy the rest of your journey.

PS. If you have any questions about the survey or if there are no more surveys etc. You may contact:

Marie Anderzén  
 Masterstudent at the Norwegian University for Lifesciences  
 Tlf. 95442988

E-mail: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no)

THANK YOU FOR YOUR HELP!

## Vedlegg 6

Hei.

Sommeren 2016 ble det gjort en spørreundersøkelse på utvalgte turstier på Senja og her la du igjen din e-postadresse. Derfor mottar du nå denne oppfølgingsundersøkelsen. Nå ønsker vi å undersøke hvilket syn du og andre turgåere har på tilrettelegging og bruk av turstiene på Senja. I tillegg ønsker vi å kartlegge hvilken motivasjon som ligger bak ditt og andres besøk på Senja i sommer.

Spørreundersøkelsen sendes ut til både fastboende på Senja og besøkende fra inn- og utland. Alle svar er like viktige.

Ved å delta i undersøkelsen kan du si din mening, og være med å påvirke hva slags tilretteleggingstiltak og turtilbud som tilbys på Senja i fremtiden.

Dine svar vil ikke kunne gjenkjennes i rapporter og publiseringer. Norges miljø- og biovitenskapelige universitet på Ås (NMBU) står for lagring og analyse av data. Rådata anonymiseres etter prosjektslutt 31.07.2017.

Du kan når som helst trekke deg fra undersøkelsen, men vi håper at du vil være behjelpelig med å svare på også denne undersøkelsen. Ditt svar er til stor hjelp for oss og den framtidige forvaltningen av stiene på Senja.

Prosjektet ledes av NMBU i samarbeid med Norsk Institutt for naturforskning. Finansiering kommer fra Midt-Troms Friluftsråd og Troms fylkeskommune.

Skulle du ha spørsmål til spørreundersøkelsen kan du kontakte oss på epost eller telefon.

På forhånd takk!

Med vennlig hilsen

Marie Anderzén og Maria Eline Sørensen, masterstudenter ved Norges Miljø- og Biovitenskapelige Universitet (NMBU)

Tlf: 95442988

Epost: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) eller [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)

[Klikk her for å delta](#)

English



Norsk (Bokmål)



OK

© Copyright www.QuestionBack.com. All Rights Reserved.

QuestionBack

03.03.2017, 12:48

## Senja 2016 - Segla

Denne spørreundersøkelsen tar mellom 5 og 10 minutter å gjennomføre. Vi setter stor pris på din hjelp!



1) Når besøkte du Senja og turstien Segla sommeren 2016?

dd.MM.yyyy

2) Har du gått denne turen tidligere?

Ja

Nei



3) Når var du første gang på turstien Segla?

dd.MM.yyyy



4) Hvor mange ganger har du besøkt turstien Segla i løpet av de siste fem årene (inkludert den turen du gikk sommeren 2016)?



5) Hvor lenge var du på Senja i 2016?

Dager

6) Overnattet du noe sted på Senja?

Ja

Nei

**7) Hvis ja, hvor overnattet du i 2016? (Det er mulig å sette flere kryss)**

- Campinghytter
- Campingvogn/Bobil på campingplass
- Campingvogn/Bobil utenfor campingplass
- Telt på campingplass
- Telt i naturen
- Hotell
- Betalt hos privatperson
- Hos venner/slektninger (gratis)
- Egen hytte
- Bor her fast
- Annet

**8) Besøkte du andre turstier enn Segla?**

- Ja
- Nei

**9) Omtrent hvor mange ganger har du gått de følgende stiene i løpet av de siste 5 årene. Gi et best mulig anslag.**

	0	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20	Mer enn 20
Kyle	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger	ganger
Knuten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Glæret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strandbyskaret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Husfjellet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vardefjellet (Varden)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sukkertoppen/Storvatnet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**10) I løpet av opphøidet ditt på Senja sommeren 2016, var turstien Segla...**

	Helt usant	2	3	Nøytral	5	6	Helt sant	Ikke relevant
... reizens eneste mål?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... et av flere spesifikke besøksmål?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... et uplanlagt mål på turen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**11) Hvordan ankom du Senja? (Det er mulig å velge mer enn ett alternativ)**

- Buss
- Bil og campingvogn
- Bobil
- Bil
- Bil (med ferge)
- Båt
- Sykkel
- Annet

**12) Hvem gikk du turen til Segla sammen med?**

- Venner
- Familie
- Kolleger
- Klubb/Forening
- Alene
- Annet

**13) Hvor mange gikk du turen sammen med?**



14) \* Hvor viktig eller uviktig var følgende grunner for at du valgte akkurat turstien Segla? Ranger fra 1 til 7 hvor 1 = veldig uviktig, 4= nøytral og 7= veldig viktig.

	Veldig uviktig	2	3	Nøytral	5	6	Veldig viktig	Ikke relevant
Naturopplevelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fysisk prestasjon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppdage noe nytt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se dramatisk landskap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fred og ro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Være alene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unggå andre mennesker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Følelsen av avstand til byens ståk og larm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komme vekk fra daglige rutiner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fysisk helse og bevegelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Endre daglige prioriteter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppleve vakker utsikt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utforske naturmiljøet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Observere/høre ville dyr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ren og uforurenset natur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nyte av komfort i naturlige omgivelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Være i en liten intim gruppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enkelhet og personlige forhold	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kjenne en spesiell nærhet til andre i min gruppe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andre i gruppen aksepterer meg for den jeg er	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



15) \* Fortsettelse fra forrige spørsmål: Hvor viktig eller uviktig var følgende grunner for at du valgte akkurat turstien Segla? Ranger fra 1 til 7 hvor 1 = veldig uviktig, 4= nøytral og 7= veldig viktig.

	Veldig uviktig	2	3	Nøytral	5	6	Veldig viktig	Ikke relevant
Kjenne tilhørighet til en viktig plass	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekreasjon i et primitivt miljø	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kjenne tilhørighet med andre som verdsetter vill natur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Observere og verdsette økosystemene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikle selvtilit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dele mine kunnskaper med andre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mulighet til å løse problem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvikle tilhørighet med naturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komme i kontakt med mitt sanne jeg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mulighet å lære seg selv å kjenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reflektere over livet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stimulere kreativitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppleve eventyr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunne fortelle en historie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppleve steder jeg har lest om	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Følelsen av at jeg er en av de første menneskene som oppholder seg på denne plass	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Å fritt få gjøre det jeg vil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppleve naturens magi og mysterier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anskaffe en dypere følelse for livet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finne inspirasjon i naturlige omgivelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16) \* Hva var hovedgrunnen til at du reiste til Senja?

- Ferie  
 Besøke familie  
 Besøke venner  
 Bor på Senja  
 Jobbreise  
 Annet



**17) Hvilke fritidsaktiviteter gjorde du på Senja?**

- Gikk tur
- Trente
- Fisket
- Studert plante- og dyreliv
- Jaktet
- Telttur
- Fotograferte
- Syklet
- Annet



**18) Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med ulike tilrettelegginger og servicefunksjoner i tilknytning til turstien Segla? Vær vennlig å svare på hvert spørsmål. Hvis det som spørres om ikke fantes i tilknytning til turstien, kryss av "Ikke relevant". Skala for bedømmelse av kvalitet: 7= veldig fornøyd, 4= Nøytral, 1= veldig misfornøyd.**

	Veldig misfornøyd	2	3	Nøytral	5	6	Veldig fornøyd	Ikke relevant
Parkeringsplasser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Merking av stiene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klopping (utlegging av planker i våte områder)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skilting langs stiene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bålplasser og vindskjul	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgang på oppfyringsved ved hytter og bålplasser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sanitære anlegg/toalett	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informasjon om søppelhåndtering	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informasjon om stiene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vedlikehold av stinettverket	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19) Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med:**

	Veldig misfornøyd	2	3	Nøytral	5	6	Veldig fornøyd
Tilretteleggingen og servicen på Senja som helhet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**20) \* Se nå litt bort fra denne turen. Tenk deg at du skal gjennomføre en flertimers tur i et skog/fjellterreng om sommeren. Tenk deg at området er slik du helst vil ha det/som om det var ditt «idealområde» for en slik tur. Ville det vært positivt eller negativt for deg....**

	Svært negativt	2	3	Nøytral	5	6	Svært positivt
...at det finnes tilrettelagte leirplasser med do, ved, bål, søppeldunker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at du skal bli kvitt søppel i utplasserte søppeldunker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at det finnes merkede stier i området	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at det er god skilting ved start og i stikryss i området	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at det er lagt ned tresokker til å gå på der stien går over våt myr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at det finnes hytter med matservring og oppredde senger i området	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at du møter mange andre friluftsfolk i løpet av turen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...at du kan gå milevis uten å møte ett menneske	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Med tur mener vi en tur som er lengre enn 1 time, i skog og mark

**21) Omtrent hvor ofte går du på tur, på generell basis.**

Antall turer i uken

Antall turer i måneden

Antall turer i året



22) Hvilket land bor du i?

Land



23) Om Norge, hvilken kommune?

Kommune

24) Kjønn?

- Kvinne  
 Mann

25) Fødselsår

26) Hva er din høyeste fullførte utdanning?

- Grunnskole (1-7/9/10 år)  
 Videregående (10-12/13 år)  
 Yrkesutdanning  
 1-3 år på Høgskole/Universitet  
 4+ år på Høgskole/Universitet



Vi har også behov for noen dybdaintervjuer med et utvalg av turgåerne fra Senja. Dersom du er interessert i å være til mer hjelp, gjerne skriv inn navn og telefonnummer i kommentarfeltet under. Disse intervjuene vil foregå over telefon, Skype, eventuelt personlig møte, hvis det er det beste alternativet.

Dette er selvsagt valgfritt, og det er opp til deg om du ønsker å delta eller ikke.

27) E-postadresse og telefonnummer:

E-post

Telefonnummer



28) Dersom du har ytterligere kommentarer om din eller andres bruk av stiene på Senja, og forvaltningen av stisystemet eller andre forhold ved stiene kan du fylle dette ut i kommentarfeltet under.

# Senja summer 2016 - Segla

This survey takes approximately 5 to 10 minutes to finish. We appreciate your help!



1) When did you visit Senja and the hikingtrail Segla during the summer of 2016?

2) Have you done this hike before?

- Yes
- No



3) When was the first time you hiked to Segla?



4) How many times have you visited Segla during the last 5 years (including the hike you did during the summer of 2016)?



5) How many days did you spend on Senja in 2016?

Days

6) Did you spend the night anywhere on Senja?

- Yes
- No

7) If you replied yes, where did you spend the night in 2016? (It's possible to cross of more than one)

- Camping cabins
- Caravan/camper van at a camping ground
- Caravan/camper van outside of a camping ground
- Tent in camping ground
- Tent in nature
- Hotel
- Paid to stay at a private residence
- With friends/relatives (for free)
- Private cabin
- Live here permanently
- Other



8) Did you visit any other hikes, other than Segla?

- Yes
- No



9) How many times have you roughly walked the following hikes during the last 5 years. Give an estimate.

	0	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12	13-14	15-16	17-18	19-20	20
Kyle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Knuten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glæret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strandbyskaret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Husfjellet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vardefjellet (Varden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sukker toppen/Storvatnet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





10) During your stay on Senja the summer of 2016, the hike to Segla was...

	Completely untrue	2	3	Neutral	5	6	Completely true	Not relevant
... the only goal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... one out of several specific goals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... an unplanned event of the trip	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



11) How did you get to Senja? (It's possible to cross of more than one)

- Bus
- Car and caravan
- Camper van
- Car
- Car (with ferry)
- Boat
- Bicycle
- Other

12) Who did you walk the Segla hike with?

- Friends
- Family
- Colleagues
- Club/union
- Alone
- Other



13) How many did you walk this hike with?



14) How important or unimportant were the following reasons for choosing to hike at Segla trail? Rate from 1 to 7, where 1 = very unimportant, 4= neutral and 7 = very important.

	Very unimportant	2	3	Neutral	5	6	Very important	Not relevant
Nature experiences	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Physical performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discover something new	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
See dramatic landscape	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peace and quiet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Being alone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avoid other people	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The sense of distance to the city's noise and din	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Get away from daily routines	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Physical health and movement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Change daily priorities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experience beautiful views	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explore the natural environment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Observe / hear wildlife	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clean and uncontaminated nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enjoy comfort in natural surroundings	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Being in a small intimate group	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Simplicity and personal relationships	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Knowing a special closeness to others in my group	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Others in the group accept me for who I am	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



15) \* Continued from previous question: How important or unimportant were the following reasons for choosing to hike at Segla trail? Rate from 1 to 7, where 1 = very unimportant, 4= neutral and 7 = very important.

	Very unimportant	2	3	Neutral	5	6	Very important	Not relevant
Feeling like you belong to an important place	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recreation in a primitive environment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Knowing the affinity with others who appreciate wild nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Observing and valuing ecosystems	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Develop self-confidence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Share my knowledge with others	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ability to solve problem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Develop a sense of belonging with nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Getting in touch with my true self	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibility to learn oneself to know	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reflecting on life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stimulating creativity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experience The Adventure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Be able to tell a story	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experiencing places I have read about	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The feeling that I am one of the first people to stay in this place	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
To freely do what I want	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experiencing nature magic and mysteries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acquiring a deeper sense of life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finding inspiration in natural surroundings	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16) \* What was the main reason you traveled to Senja?

- Holiday
- Visiting family
- Visiting friends
- I live in Senja
- Business trip
- Other



17) What activities did you do on Senja?

- Walked
- Worked out
- Fished
- Studied plants and animals
- Hunted
- Tent trip
- Took pictures
- Bicycled
- Other



18) How pleased or displeased are you with the facilities and servicefunctions connected to the hike to Segla? Please respond to each question. If the question did not have any affiliation to the hike, you can cross of 'not relevant'. Rate from 1 to 7, where 7= very pleased, 4= neutral and 1= very displeased

	Very displeased	2	3	Neutral	5	6	Very pleased	Not relevant
Parking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Roads	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marked paths	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wooden planks over wet areas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Signs along the paths	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fireplaces and windshields	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Access to firewood by cabins and fireplaces	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sanitary facilities/toilets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information about garbagedisposal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information about the paths	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maintenance of the paths	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19) How pleased or displeased are you with:

	Very displeased	2	3	Neutral	5	6	Very pleased
The facilities and service on Senja as a whole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



20) \* INDEPENDENT OF THIS TRIP TO SEGLA: Imagine that you are going on a trip for several hours in a forest or mountain terrain in summertime, and imagine your "IDEAL AREA" for such a trip. Would it be negative or positive for your own amenity and satisfaction that:

	Very negative	2	3	Neutral	5	6	Very positive
... there are plain campsites with toilets, firewood, fire rings and bins	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... you can dispose of litter in bins along the way	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... there are marked trails in the area	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... trailheads and crossroads are well signposted	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... boardwalks are provided in wet marshes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... there are huts/bodges where food is served and where you can stay overnight in made beds	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... you meet a lot of other visitors during the trip	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... you can hike for hours without meeting anyone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



With hike we mean a trip that lasts longer than an hour, and takes place in nature.

21) Roughly, how often do you go for a hike, on a general basis

Number of weekly hikes

Number of monthly hikes

Number of yearly hikes



22) What country do you live in?

Country



23) If Norway, which municipality (kommune)?

Municipality (kommune)

## 24) Gender?

- Female  
 Male

## 25) Birthyear

## 26) What is your highest completed level of education?

- Primary school (1-7/9/10 years)  
 High school (10-12/13 years)  
 Vocational Education  
 1-3 years of College/University  
 4+ years of College/University



We also need some in depth interviews with a selection of hikers from Senja. If you are interested in participating in one of the interviews, feel free to leave your name and phone number in the comment section below. These interviews will be conducted over phone, Skype or in person, depending on what is the best alternative.

This is of course voluntary, and it is up to you if you wish to participate.

## 27) E-mail and phonenumber

E-mail

Phonenumber



28) If you have any further comments about yours or other peoples use of the hikingtrails on Senja, and the management of the paths or other conditions in regards to the paths, feel free to write this in the commentsection below.

Endringer brev tillegg ved e-postundersøkelsen (utført 09.12.16):

1. "turstier" → "ditt besøk"
2. "besøkt" → "brukt"
3. "turister" → "besøkende"
4. tilføyd utfyllende informasjon om hvorfor oppfølgingsundersøkelsen ble sendt ut
5. tilføyd hvilket universitet studentene var tilknyttet

Endringer ved e-postundersøkelsen:

1. Spm. 5 tilføyd "...i 2016?"
2. Spm. 5 tilføyd "...på Senja?"
3. Spm. 5 endret ved svar avgitt "nei" går direkte til spm. 6
4. Spm. 7 tilføyd alternativene:
  - g) betalt hos privatperson
  - h) hos venner/slektninger (gratis)
  - i) egen hytte
  - j) bor her fast
5. Spm. 7 alternativ avgitt svar "j) bor her fast" går direkte til spm7
6. Spm. 16 avgrenset at kun et alternativ kunne velges
7. Spm. 17 satt mulighet til å svare flere alternativer
8. Spm. 18 Endret tekst fra "Hva tenker du om..." → "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med..."
9. Spm 18 Retting fra "7=fornøyd, 4=nøytral, 1=veldig dårlig" → "7 = veldig fornøyd, 4 = Nøytral, 1 = veldig misfornøyd"
10. Spm 19 Retting fra "Hvor fornøyd er du med servicefunksjonene..." til "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med tilretteleggingen og servicen..."
11. Spm 10 ble flyttet for en bedre sammenheng. Var i utgangspunktet spm. 15.
12. Spm 9 ble flyttet for en bedre sammenheng. Var i utgangspunktet spm. 16
13. Spm 9 endring av svaralternativ fra flervalg- → graderings-alternativ for antall turer.
14. spm. 21 tilføyd med istedenfor ekskludert spørsmål om hva slags turer som har blitt gjort de siste 5 år.
15. Spm. 25 endret til eget og åpent spørsmål

Endringer brev tillegg ved e-postundersøkelsen (utført 15.12.16):

1. Tilføyd "Skulle du ha spørsmål til undersøkelsen kan du kontakte oss per e-post eller telefon."
2. Tilføyd "Tlf"
3. Tilføyd "E-post"

Endringer ved e-postundersøkelsen:

1. Spm. 11 fjernet alternativ "fly"
2. Spm. 11 omformulert "kom" → "ankom"
3. Spm 14 rettet Likert-skala. Tilføyd "Veldig uviktig"
4. Spm. 17 Rettinger:
  - c) Fisket → Fiske
  - e) Jakt → Jaktet
5. Spm 17 tilføy alternativ h) Syklet
6. Spm. 18 Rettinger i tekst fra " Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med tilrettelegging og servicefunksjoner i tilknytning til turstien du besøkte på Senja? Vær vennlig å svar på hvert spørsmål. Hvis det ikke fantes i tilknytning til turstien, kryss av "ikke relevant..." → Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med ulike tilrettelegginger og servicefunksjoner i tilknytning til turstien du besøkte på Senja? Vær vennlig å svar på hvert spørsmål. Hvis det som spørres om ikke fantes i tilknytning til turstien, kryss av "ikke relevant".
7. Spm. 18 tilføyd alternativet "klopping (utlegging av planker i våte områder)"
8. Spm. 21 tilføyd "...på generell basis"
9. Tilføyd i avsluttende tekst "...behov for noen dybdeintervjuer.."
10. Endring i avsluttende tekst fra " Dersom du har kommentarer om din bruk av stiene på Senja kan du fylle dette ut i kommentarfeltet under." → "Dersom du har ytterligere kommentarer om din eller andres bruk av stiene på Senja, og forvaltningen av stisystemet eller andre forhold ved stiene kan du fylle dette ut i kommentarfeltet under."

## Vedlegg 9

Hei! [English below]

For en ukes tid siden sendte vi deg en invitasjon til å svare på vår spørreundersøkelse for Senja 2016, og sender deg nå en liten påminnelse. Vi håper du tar deg tiden til å svare.

For å delta i undersøkelsen, vennligst klikk på linken nedenfor. Dersom det ikke fungerer kan du kopiere linken og lime inn i søkefeltet i din nettleser.

Ved spørsmål, ta gjerne kontakt enten på e-post eller telefon.

Vennlig hilsen

Marie Anderzén og Maria Eline Sørensen

Tlf: 95442988

E-post: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) og [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)

Hi.

Roughly a week ago we sent you an invitation to reply to our survey about Senja 2016, and that is why we are sending you this reminder. We hope you will take the time to reply.

To participate in the survey, please click the link below. If this should not work, you can copy the link and paste it into the search-bar in your browser.

If you should have any questions, feel free to contact us by e-mail or by phone.

Kind regards,

Marie Anderzén and Maria Eline Sørensen

Phone: 95442988

E-mail: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) and [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)

Påminnelse nr 2:

Hei! [English below]

For ett par uker siden sendte vi deg en invitasjon til å svare på vår spørreundersøkelse for Senja 2016, og sender deg nå en liten påminnelse. Vi håper du tar deg tiden til å svare.

For å delta i undersøkelsen, vennligst klikk på linken nedenfor. Dersom det ikke fungerer kan du kopiere linken og lime inn i søkefeltet i din nettleser.

Ved spørsmål, ta gjerne kontakt enten på e-post eller telefon.

Vennlig hilsen

Marie Anderzén og Maria Eline Sørensen

Tlf: 95442988

E-post: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) og [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)

Hi.

A couple of weeks ago we sent you an invitation to reply to our survey about Senja 2016, and that is why we are sending you this reminder. We hope you will take the time to reply.

To participate in the survey, please click the link below. If this should not work, you can copy the link and paste it into the search-bar in your browser.

If you should have any questions, feel free to contact us by e-mail or by phone.

Kind regards,

Marie Anderzén and Maria Eline Sørensen

Phone: 95442988

E-mail: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) and [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)

Påminnelse 3:

Hei! [English below]

For noen uker siden sendte vi deg en invitasjon til å svare på vår spørreundersøkelse for Senja 2016. Vi sender deg nå en siste påminnelse, og håper at du tar deg tiden til å svare.

For å delta i undersøkelsen, vennligst klikk på linken nedenfor. Dersom det ikke fungerer kan du kopiere linken og lime inn i søkefeltet i din nettleser.

Ved spørsmål, ta gjerne kontakt enten på e-post eller telefon.

Vennlig hilsen

Marie Anderzén og Maria Eline Sørensen

Tlf: 95442988

E-post: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) og [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)

Hi.

A few weeks ago we sent you an invitation to reply to our survey about Senja 2016. This will be the final reminder, and we hope that you will take the time to reply.

To participate in the survey, please click the link below. If this should not work, you can copy the link and paste it into the search-bar in your browser.

If you should have any questions, feel free to contact us by e-mail or by phone.

Kind regards,

Marie Anderzén and Maria Eline Sørensen

Phone: 95442988

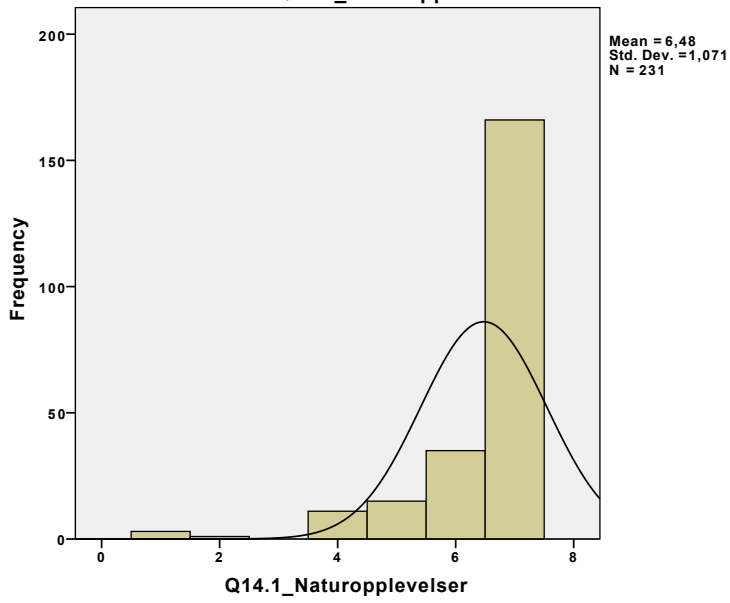
E-mail: [marie.anderzen@nmbu.no](mailto:marie.anderzen@nmbu.no) and [maria.eline.sorensen@nmbu.no](mailto:maria.eline.sorensen@nmbu.no)



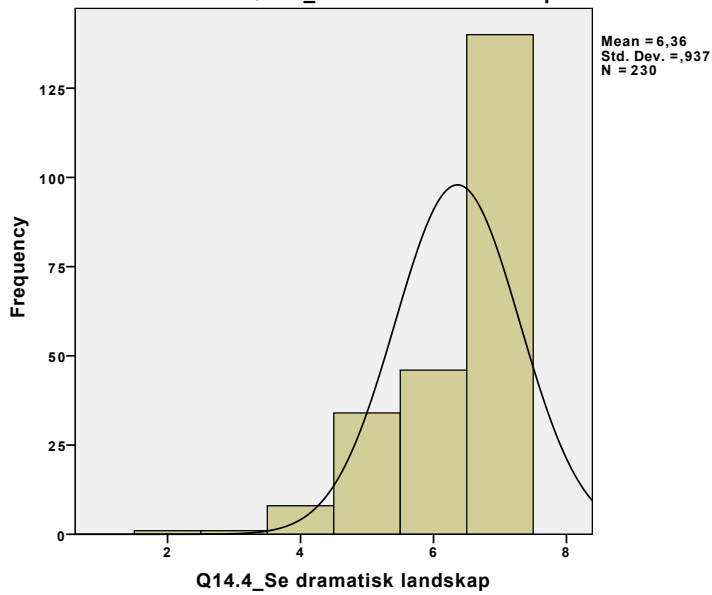
Konstruksjon	Element	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach alpha	N (valid)
<b>Utforskende</b>				.52	
	Naturopplevelser	0,17	0,52		221
	Fysisk prestasjon	0,25	0,50		221
	Oppdage noe nytt	0,34	0,42		221
	Se dramatisk landskap	0,40	0,42		221
	Fred og ro	0,33	0,43		221
<b>Avstand/Fjernhet</b>				.81	
	Være alene	0,75	0,66		212
	Unngå andre mennesker	0,71	0,70		212
	Følelsen av avstand til byens ståk og larm	0,55	0,87		212
<b>Enkelt levesett</b>				.67	
	Komme vekk fra daglige rutiner	0,54	0,50		206
	Fysisk helse og bevegelse	0,42	0,66		206
	Endre daglige prioriteringer	0,51	0,53		206
<b>Naturlig omgivelser</b>				.74	
	Opplive vakker utsikt	0,28	0,76		210
	Utforske naturmiljøet	0,62	0,65		210
	Observerer/høre ville dyr	0,59	0,65		210
	Ren og utforurenset natur	0,57	0,67		210
	Nyte komfort i naturlige omgivelser	0,51	0,70		210
<b>Delt ensomhet</b>				.89	
	Være i en liten intim gruppe	0,71	0,87		183
	Enkelhet og personlige forhold	0,76	0,85		183
	Kjenne en spesiell nærhet til andre i min gruppe	0,81	0,84		183
	Andre i gruppen aksepterer meg for den jeg er	0,74	0,86		183
<b>Sammenheng/åndelig</b>				.83	
	Kjenne tilhørighet til en viktig plass	0,58	0,81		188
	Rekreasjon i et primitivt miljø	0,63	0,80		188
	Kjenne tilhørighet med andre som verdsetter vill natur	0,63	0,80		188
	Observere og verdsette økosystemene	0,68	0,78		188
	Anskaffe en dypere følelse for livet	0,63	0,80		188
<b>Villmarksferdigheter</b>				.79	
	Utvikle selvtillit	0,65	--		196
	Dele mine kunnskaper med andre	0,65	--		196
<b>Selvopdagelse</b>				.94	
	Mulighet til å løse problem	0,69	0,95		190
	Utvikle tilhørighet med naturen	0,81	0,93		190
	Komme i kontakt med mitt sanne jeg	0,88	0,92		190
	Mulighet å lære seg selv å kjenne	0,89	0,92		190
	Reflektere over livet	0,84	0,93		190
	Stimulere kreativitet	0,84	0,93		190
<b>Eventyr</b>				.78	
	Opplive eventyr	0,62	0,72		188
	Kunne fortelle en historie	0,59	0,73		188
	Opplive steder jeg har lest om	0,56	0,74		188
	Følelsen av at jeg er en av de første menneskene som oppholder seg på denne plass	0,48	0,77		188
	Å fritt gjøre det jeg vil	0,55	0,75		188
<b>Inspirasjon</b>				.77	
	Opplive naturens magi og mysterier	0,63	--		210
	Finne inspirasjon i naturlige omgivelser	0,63	--		210

# Vedlegg 11

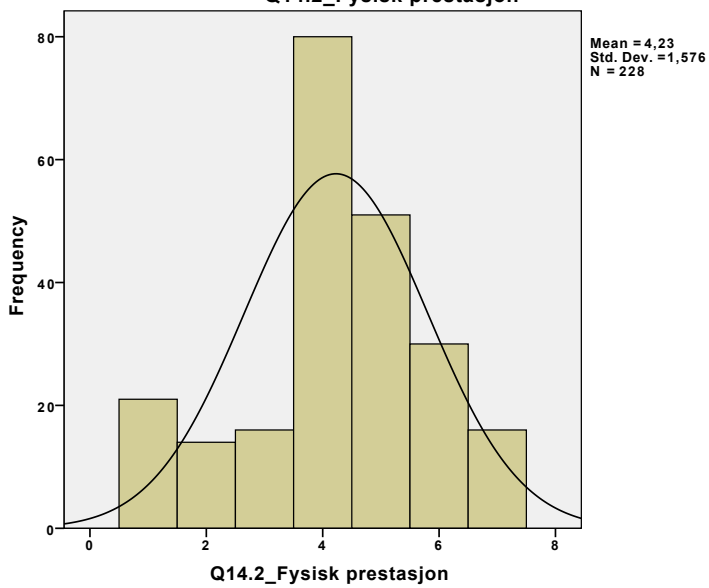
## Q14.1\_Naturopplevelser



## Q14.4\_Se dramatisk landskap



## Q14.2\_Fysisk prestasjon



## Sammenligning av originale konstruksjoner og bestemte konstruksjoner

Kode		Konstruksjon				
		1	2	3	4	5
<b>Utforskende</b>						
Q14.1	Naturopplevelser			SLETTET		
Q14.2	Fysisk prestasjon			SLETTET		
Q14.3	Oppdage noe nytt					*
Q14.4	Se dramatisk landskap					*
Q14.5	Fred og ro			*		
<b>Avstand/Fjernhet</b>						
Q14.6	Være alene			*		
Q14.7	Unngå andre mennesker			*		
Q14.8	Følelsen av avstand til byens ståk og larm			*		
<b>Enkelt levesett</b>						
Q14.9	Komme vekk fra daglige rutiner			*		
Q14.10	Fysisk helse og bevegelse			SLETTET		
Q14.11	Endre daglige prioriteringer			*		
<b>Naturlige omgivelser</b>						
Q14.12	Oppleve vakker utsikt					*
Q14.13	Utforske naturmiljøet			SLETTET		
Q14.14	Observere/høre ville dyr		*			
Q14.15	Ren og uforurensset natur			SLETTET		
Q14.16	Nytte av komfort i naturlige omgivelser			SLETTET		
<b>Delt ensomhet</b>						
Q14.17	Være i en liten intim gruppe				*	
Q14.18	Enkelhet og personlige forhold				*	
Q14.19	Kjenne en spesiell nærhet til andre i min gruppe				*	
Q14.20	Andre i gruppen aksepterer meg for den jeg er				*	
<b>Sammenheng/ensomhet</b>						
Q15.1	Kjenne tilhørighet til en viktig plass		*			
Q15.2	Rekreasjon i et primitivt miljø		*			
Q15.3	Kjenne tilhørighet med andre som verdsetter vill natur				*	
Q15.4	Observere og verdsette økosystemene		*			
Q15.19	Anskaffe en dypere følelse for livet	*				
<b>Villmarkferdigheter</b>						
Q15.5	Utvikle selvtillit	*				
Q15.6	Dele mine kunnskaper med andre				*	
<b>Selvopdagelse</b>						
Q15.7	Mulighet til å løse problem	*				
Q15.8	Utvikle tilhørighet med naturen		*			
Q15.9	Komme i kontakt med mitt sanne jeg	*				
Q15.10	Mulighet å lære seg selv å kjenne	*				
Q15.11	Reflektere over livet	*				
Q15.12	Stimulere kreativitet	*				
<b>Eventyr</b>						
Q15.13	Oppleve eventyr					*
Q15.14	Kunne fortelle en historie			SLETTET		
Q15.15	Oppleve steder jeg har lest om			SLETTET		
Q15.16	Følelsen av at jeg er en av de første menneskene som oppholder seg på denne plass	*				
Q15.17	Å fritt få gjøre det jeg vil			SLETTET		
<b>Inspirasjon</b>						
Q15.18	Oppleve naturens magi og mysterier		*			
Q15.20	Finne inspirasjon i naturlige omgivelser	*				

Sosio-demografiske forhold fra e-postundersøkelsen

V  
e  
d  
l  
e  
g  
g

13

Tabell 1

Geografisk inndeling	N	Gyldig %
Nasjonale	154	66,4
Internasjonale	73	31,5
Ubesvarte	5	2,2
Total	232	97,9

Tabell 3

Hjemland	N	Gyldig %
Norge	153	65,9
Tyskland	14	6
Finland	9	3,9
Sverige	8	3,4
Danmark	5	2,2
Andre land	37	15,9
Ubesvarte	6	2,7
Total	232	100

Tabell 4

Kjønn	N	Gyldig %
Kvinne	128	55,2
Mann	104	44,8
Total	232	100

Tabell 6

Besøkhypighet		
Antall turer i uken	N	Gyldig %
0 ganger	21	13
1-2 ganger	112	69,1
3-4 ganger	19	11,7
5-6 ganger	7	4,3
7-8 ganger	3	1,9
Ubesvart	70	
Total	232	100
Antall turer i måneden	N	Gyldig %
0 ganger	13	7
10-1 ganger	150	80,6
20-11 ganger	20	10,8
30-21 ganger	3	1,6
Ubesvart	46	
Total	232	100
Antall turer i året	N	Gyldig %
1-100 ganger	139	88,5
101-200 ganger	11	7
201-300 ganger	4	2,5
301-400 ganger	2	1,3
401-500 ganger	1	0,6
Ubesvart	75	
Total	232	100

Tabell 8

Overnatting	N	Gyldig %
Ja	194	84,7
Nei	35	15,3
Ubesvart	3	
Total	232	100

Tabell 10

Fritidsaktivitet på Senja	N	Gyldig %
<i>Gikk tur</i>		
Ja	227	97,8
Nei	5	2,2
<i>Trente</i>		
Ja	34	14,7
Nei	198	85,3
<i>Fisket</i>		
Ja	63	27,2
Nei	169	72,8
<i>Studerte plante- og dyreliv</i>		
Ja	27	11,6
Nei	205	88,4
<i>Jaktet</i>		
Ja	1	0,4
Nei	231	99,6
<i>Telttur</i>		
Ja	66	28,4
Nei	166	71,6
<i>Fotograferte</i>		
Ja	131	56,5
Nei	101	43,5
<i>Syklet</i>		
Ja	19	8,2
Nei	213	91,8
<i>Annet</i>		
Ja	37	15,9
Nei	195	84,1

Tabell 2

Geografisk inndeling	N	Gyldig %
Lokal	16	7
Regional	31	13,7
Nasjonal	106	46,7
Internasjonal	74	32,6
Ubesvarte	5	
Total	232	100

Tabell 4

Type gruppe	N	Gyldig %
Familie	134	57,8
Venner	70	30,2
Alene	19	8,2
Klubb/Forening	2	0,9
Kollegaer	1	0,4
Annet	6	2,6
Total	232	100

Tabell 5

Alder	N	Gyldig %
Under 20	2	0,9
21-30	51	23,2
31-40	54	24,5
41-50	46	20,9
51-60	46	20,9
61-70	19	8,6
Over 70	2	0,9
Ubesvart	12	
Total	232	100

Tabell 7

Utdanningsnivå	N	Gyldig %
Grunnskole	1	0,4
Videregående	18	7,8
Yrkesutdannelse	17	7,3
1-3 år Høyskole/Universitet	44	19
4 + Høyskole/Universitet	152	65,5
Total	232	100

Tabell 9

Har gått samme turen tidligere	N	Gyldig %
Nei	192	83,5
Ja	38	16,5
Ubesvart	2	
Total	232	100

Tabell 11

Vanskelighetsgrad tursti	N	Gyldig %
Nybegynner	68	29,3
Erfaren	164	70,7
Total	232	100

Tabell 12

Transport	N	Gyldig %
Bil	152	65,5
Bil (med ferge)	45	19,4
Bobil	11	4,7
Sykkel	5	2,2
Buss	4	1,7
Båt	4	1,7
Bil med campingvogn	3	1,3
Annet	8	3,4
Total	232	100

Tabell 13

Fornøydhet med tilrettelegging og servicen på Senja		
	N	Gj.sn.
Nasjonal	153	5,20
Internasjonal	74	5,49
Ubesvart	5	
Total	232	

**Beskrivende statistikk, distribusjon, reliabilitet og konvergent validitet**

Konstruksjoner og elementer*	Antall		M	SD	Skeivhet	Kurtose	$\alpha$	Første faktor	Faktor ladninger	Kommunalitet
	n	elementer								
<b>1. Fokus på selvet - introspeksjon</b>	178	9	3,55	1,47	-0,20	-0,75	.94	68,8 %	.90-.60	-
Mulighet å lære seg selv å kjenne			3,55	1,80	-0,19	-0,98			0,91	0,82
Komme i kontakt med mitt samme jeg			3,57	1,81	-0,18	-0,95			0,91	0,83
Stimulere kreativitet			3,65	1,78	-0,18	-0,91			0,89	0,79
Utvikle selvillit			3,65	1,84	-0,14	-0,99			0,85	0,73
Reflektere over livet			3,98	1,83	-0,21	-0,78			0,87	0,76
Mulighet til å løse problem			2,95	1,63	0,32	-0,85			0,78	0,61
Finne inspirasjon i naturlige omgivelser			4,52	1,80	-0,65	-0,31			0,76	0,57
Følelsen av at jeg er en av de første menneskene som oppholder seg på denne plass			2,37	1,61	0,94	-0,04			0,60	0,37
Anskaffe en dypere følelse for livet			3,70	1,83	-0,13	-0,93			0,85	0,72
<b>2. Fokus på naturen - bevissthet og følelse</b>	193	6	4,20	1,28	-0,51	-0,13	.84	56,2 %	.83-.66	-
Rekreasjon i et primitivt miljø			4,50	1,66	-0,66	0,01			0,77	0,59
Observere og verdsette økosystemene			4,15	1,66	-0,41	-0,39			0,83	0,69
Oppleve naturens magi og mysterier			4,86	1,74	-0,76	-0,13			0,74	0,55
Observere/høre ville dyr			3,74	1,83	0,10	-0,81			0,66	0,43
Utvikle tilhørighet med naturen			4,52	1,71	-0,58	-0,28			0,82	0,67
Kjenne tilhørighet til en viktig plass			3,68	1,81	-0,02	-0,78			0,67	0,45
<b>3. Fokus på frihet - flukt og balanse</b>	197	6	4,12	1,30	-0,33	-0,38	.85	57,0 %	.81-.65	-
Følelsen av avstand til byens ståk og larm			4,64	1,90	-0,55	-0,68			0,81	0,66
Være alene			3,22	1,79	0,27	-0,92			0,81	0,66
Komme vekk fra daglige rutiner			5,08	1,75	-0,87	-0,04			0,77	0,59
Ungå andre mennesker			2,81	1,69	0,50	-0,81			0,77	0,59
Fred og ro			5,00	1,48	-0,30	-0,56			0,70	0,49
Endre daglige prioriteter			4,06	1,74	-0,30	-0,53			0,65	0,43
<b>4. Fokus på andre - relasjoner</b>	175	6	3,90	1,45	-0,29	-0,57	.88	62,7 %	.86-67	-
Kjenne en spesiell nærhet til andre i min gruppe			3,93	1,93	-0,19	-1,02			0,85	0,73
Andre i gruppen aksepterer meg for den jeg er			3,79	1,93	-0,06	-0,94			0,84	0,71
Være i en liten intim gruppe			3,79	1,90	-0,04	-0,96			0,77	0,60
Dele mine kunnskaper med andre			3,49	1,75	-0,14	-1,12			0,67	0,45
Enkelhet og personlige forhold			4,18	1,79	-0,26	-0,62			0,86	0,74
Kjenne tilhørighet med andre som verdsetter vill natur			4,46	1,76	-0,63	-0,36			0,74	0,54
<b>5. Fokus på opplevelser - spennende tilværelse</b>	217	4	5,94	0,85	-1,03	1,95	.61	50,8 %	.81-.60	-
Se dramatisk landskap			6,36	0,94	-1,49	2,07			0,81	0,66
Oppdage noe nytt			5,76	1,44	-1,48	2,38			0,70	0,48
Oppleve vakker utsikt			6,64	0,70	-2,81	11,35			0,73	0,54
Oppleve eventyr			5,03	1,68	-0,83	-0,02			0,60	0,36

\* Element kodet på en 7-punkt Likert-skala fra 1 = veldig uviktig til 7 = veldig viktig

Merk: Alle tall er avrundet

## Vedlegg 15

Forholdet mellom konstruksjoner for motiv til puristiske holdninger ved nasjonale og internasjonale besøkende

	Nasjonal*	Internasjonal*	F-verdi	T-test
<b>Fokus på selvet - introspeksjon</b>				
Lavpurist ( <i>N</i> total 98)	3,59 (1,57)	4,09 (1,38)	0,09	-1,29**
Mellompurist ( <i>N</i> total 57)	3,02 (1,13)	4,14 (1,30)	0,68	-3,46
Høypurist ( <i>N</i> total 19)	2,83 (1,26)	3,96 (1,35)	0,30	-1,77
<b>Fokus på natur - bevissthet og følelse</b>				
Lavpurist ( <i>N</i> total 104)	4,05 (1,35)	4,80 (0,84)	0,03	-2,33**
Mellompurist ( <i>N</i> total 64)	4,09 (1,07)	4,67 (1,15)	0,85	-2,09
Høypurist ( <i>N</i> total 22)	3,17 (1,19)	5,13 (0,92)	0,74	-4,00
<b>Fokus på frihet - flukt og balanse</b>				
Lavpurist ( <i>N</i> total 110)	3,74 (1,33)	4,60 (1,07)	0,20	-3,20
Mellompurist ( <i>N</i> total 62)	3,87 (1,01)	4,96 (1,04)	0,74	-4,20
Høypurist ( <i>N</i> total 23)	3,70 (1,39)	5,26 (0,89)	2,70	-2,72
<b>Fokus på andre - relasjoner</b>				
Lavpurist ( <i>N</i> total 100)	3,90 (1,47)	3,92 (1,73)	0,28	-0,06
Mellompurist ( <i>N</i> total 52)	3,88 (1,30)	4,19 (1,43)	0,79	-0,81
Høypurist ( <i>N</i> total 20)	3,29 (1,51)	4,53 (0,81)	2,71	-1,88
<b>Fokus på opplevelser - spennende tilværelse</b>				
Lavpurist ( <i>N</i> total 115)	5,89 (0,97)	6,30 (0,74)	0,08	-1,89**
Mellompurist ( <i>N</i> total 72)	5,72 (0,72)	6,09 (0,75)	0,52	-2,18
Høypurist ( <i>N</i> total 25)	5,78 (0,71)	6,34 (0,69)	1,10	-1,87

Merknad: \*Tall er vist som gjennomsnitt (Standardavvik) ns = ingen signifikante forskjeller. Likertskala fra 1-7 hvor 1 = Veldig uviktig og 7 = Veldig viktig \*\* Indikerer Sig. verdi <.1

## Hvilke grunner motiverer de ulike puristgruppene

Motivasjonsgrunner	Høypurist (1)	Mellompurist (2)	Lavpurist (3)	Total	F-verdi	Tamhanes	
						PostHoc	N Total
Mulighet å lære seg selv å kjenne	3,44	3,66	3,62	3,61	0,14	ns	203
Komme i kontakt med mitt sanne jeg	1,78	1,63	1,92	1,81	0,23	ns	207
Stimulere kreativitet	1,53	1,69	1,90	1,80	1,62	ns	208
Utvikle selvtillit	1,70	1,68	1,93	1,82	0,54	ns	208
Reflektere over livet	1,52	1,76	1,92	1,82	0,32	ns	212
Mulighet til å løse problem	1,27	1,65	1,75	1,68	1,94*	3>1	195
Finne inspirasjon i naturlige omgivelser	1,64	1,65	1,90	1,79	0,23	ns	214
Følelsen av at jeg er en av de første menneskene som oppholder seg på denne plass	1,55	1,70	1,65	1,65	0,03	ns	204
Anskaffe en dypere følelse for livet	1,90	1,75	1,89	1,85	1,62	ns	204
Rekreasjon i et primitivt miljø	1,99	1,52	1,67	1,66	0,80	ns	215
Observere og verdsette økosystemene	1,52	1,57	1,74	1,66	0,67	ns	220
Oppleve naturens magi og mysterier	1,81	1,63	1,76	1,74	2,99*	3>1	216
Observere/høre ville dyr	1,99	1,63	1,87	1,83	4,12*	2>1	220
Utvikle tilhørighet med naturen	1,62	1,36	1,90	1,71	0,61	ns	220
Kjenne tilhørighet til en viktig plass	1,92	1,75	1,82	1,81	1,06	ns	207
Følelsen av avstand til byens ståk og larm	1,87	1,67	2,01	1,90	1,60	ns	223
Være alene	2,02	1,69	1,75	1,79	3,77*	2>1	215
Komme vekk fra daglige rutiner	1,74	1,52	1,88	1,75	0,94	ns	222
Unngå andre mennesker	1,88	1,78	1,53	1,69	5,81*	3<1,2	216
Fred og ro	1,54	1,53	1,44	1,48	0,06	ns	227
Andre daglige prioriteringer	1,89	1,48	1,82	1,74	2,29	ns	209
Kjenne en spesiell nærhet til andre i min gruppe	1,72	1,79	2,05	1,93	0,06	ns	199
Andre i gruppen aksepterer meg for den jeg er	2,00	1,89	1,95	1,93	0,60	ns	190
Være i en liten intim gruppe	2,09	1,76	1,94	1,90	0,81	ns	204
Dele mine kunnskaper med andre	1,64	1,71	1,79	1,75	1,52	ns	202
Enkelhet og personlige forhold	2,01	1,73	1,78	1,79	0,16	ns	202
Kjenne tilhørighet med andre som verdsetter vill natur	1,59	1,73	1,82	1,76	0,55	ns	213
Se dramatisk landskap	0,66	0,80	1,04	0,94	2,56*	1>2,3	230
Oppdage noe nytt	1,82	1,04	1,54	1,44	0,60	ns	227
Oppleve vakker utsikt	0,55	0,79	0,69	0,70	0,11	ns	229
Oppleve eventyr	1,46	1,77	1,67	1,68	1,39	ns	222

\* Indikerer at  $p < 0,1$  og en gjennomsnittlig indeksverdi

\*\* Likertskala fra 1-7 hvor 1 = Veldig uviktig og 7 = Veldig viktig

Tamhane posthoc, &gt; indikerer signifikant forskjell mellom klyngene på 0.1 nivå, ns = ingen signifikante forskjeller

Konstruksjon**	Høypurist (1)	Mellompurist (2)	Lavpurist (3)	Total	F-verdi	Tamhanes	
						PostHoc	N Total
Fokus på selvet - introspeksjon	3,13	3,55	3,63	3,55	0,95	ns	178
Fokus på natur - bevissthet og følelse	3,83	4,39	4,39	4,39	0,12	ns	193
Fokus på frihet - flukt og balanse	4,23	4,45	3,91	4,12	1,72	ns	197
Fokus på andre - relasjoner	3,65	4,04	3,88	3,90	3,66*	2>3	175
Fokus på opplevelser - spennende tilværelse	5,93	5,90	5,96	5,94	0,55	ns	217

\* Indikerer at  $p < 0,1$  og en gjennomsnittlig indeksverdi

\*\* Likertskala fra 1-7 hvor 1 = Veldig uviktig og 7 = Veldig viktig

Tamhane posthoc, &gt; indikerer signifikant forskjell mellom klyngene på 0.1 nivå, ns = ingen signifikante forskjeller

**Resultat på spørsmål om fornøydhet**

	Veldig misfornøyd		2		3		Nøytral		5		6		Veldig fornøyd		Ikke relevant		Manglende svar
	N	Gyldig %	N	Gyldig %	N	Gyldig %	N	Gyldig %	N	Gyldig %	N	Gyldig %	N	Gyldig %	N	Gyldig %	
Parkeringsplasser	--	--	4	1,7	14	17,2	40	17,2	38	16,4	40	17,2	80	34,5	16	6,9	--
Veier	3	1,3	12	5,2	18	22,9	53	22,9	47	20,3	34	14,7	56	24,2	8	3,5	1
Merking av stiene	1	0,4	7	3	6	11,7	27	11,7	51	22,1	64	27,6	73	31,6	2	0,9	1
Klopping (utlegging av planker i våte områder)	3	1,3	9	6,9	16	19,5	45	19,5	49	21,2	45	19,5	46	19,9	18	7,8	1
Skilting langs stiene	2	0,9	3	1,3	15	20,2	46	20,2	46	20,2	57	25	54	23,7	5	2,2	4
Bålplasser og vindskjul	1	0,4	9	3,9	8	29,7	69	29,7	12	5,2	11	4,7	10	4,3	112	48,3	--
Tilgang på oppfyringsved ved hytter og bålplasser	1	0,4	6	2,6	3	31,5	73	31,5	5	2,2	6	2,6	3	1,3	135	58,2	--
Sanitære anlegg/toalett	8	3,5	15	6,5	18	28,6	66	28,6	13	5,6	7	3	12	5,2	92	39,8	1
Informasjon om søppelhandtering	7	3	13	5,6	16	39,8	92	39,8	14	6,1	10	4,3	11	4,8	68	29,4	1
Informasjon om stiene	3	1,3	4	1,7	18	26,6	61	26,6	55	24	47	20,5	31	13,5	10	4,4	3
Vedlikehold av stinettverket	3	1,3	7	3	12	27,6	64	27,6	54	23,3	48	20,7	37	15,9	7	3	--







Norges miljø- og biovitenskapelig universitet  
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet  
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003  
NO-1432 Ås  
Norway