



Forord

Denne oppgaven er skrevet som en avslutning på det toårige masterprogrammet i naturbasert reiseliv, på Institutt for naturforvaltning (INA) ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU).

Jeg valgte å skrive en oppgave om kunnskapsturisme, fordi jeg som guide i Mimisbrunnr Klimapark 2469 sommeren 2013 oppdaget at de besøkende satte stor pris på, og synes det var interessant å lære om de temaene som ble formidlet. Mimisbrunnr Klimapark 2469 ble derfor valgt som caseområde for mitt feltarbeid sommeren 2014, som en bakgrunn for oppgaven som har blitt skrevet våren 2015.

Jeg vil først og fremst takke min hovedveileder Jan Vidar Haukeland (NMBU) for hjelpsomme kommentarer, for gode forslag, tips og oppmuntrende ord. Jeg vil også rette en takk til min biveileder Odd Inge Vistad (NINA), for gode innspill og forslag.

En stor takk til Mai Bakken og Dag Inge Bakke som lot meg få lov til å utføre undersøkelsen i Klimaparken. Jeg vil takke guidene som hjalp meg med utdeling av spørreskjemaer, og spesielt Christina Kinck for hjelp med oversettelse av det engelske spørreskjemaet. Alle respondentene fortjener en stor takk, uten dere hadde det ikke blitt noen oppgave.

Jeg vil også takke Marte Fandrem for svært nyttige tilbakemeldinger og Torbjørn Kornstad for korrekturlesing.

Helt til slutt vil jeg rette en takk til alle de som har bidratt til at mine fem år på Ås har vært en fantastisk tid med mange gode minner.

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet

Ås, 14. mai 2015

Mari Hulleberg

Sammendrag

Etterspørselen etter ferieopplevelser som gir muligheter for læring er økende. Dette følger av et høyere utdanningsnivå i befolkningen og økte kunnskapskrav i arbeidslivet. Flere ønsker å benytte seg av den urørte naturen, og på grunn av strenge restriksjoner i disse områdene er guidede turer den vanligste aktiviteten reiselivet kan tilby. Økt interesse for å lære kan komme naturmiljøet til gode, ettersom økt bevissthet kan føre til bedre beskyttelse og bærekraftig bruk. For å oppnå dette i tillegg til å øke opplevelsen for de reisende, trengs kunnskapsrike guider som er gode formidlere. Dette har ført til en diskusjon om hvorvidt det trengs kvalitetssikring og krav til kompetanse, i form av en sertifiseringsordning for guidene i Norge.

Denne studien har derfor undersøkt turistenes vurderinger av kunnskapsturisme og sertifiseringsordninger. Dette ble gjennomført ved hjelp av spørreskjema, som ble delt ut til deltakere på guidede turer i Mimisbrunnr Klimapark 2469 i løpet av sommeren 2014. Klimaparken ligger i Lom kommune, i randsona til Jotunheimen nasjonalpark. Den er et forsknings- og formidlingsområde for natur, klima og kulturminner.

Resultatene i denne undersøkelsen viser at respondentene syntes de lærte svært mye i løpet av den guidede turen, og de likte i svært stor grad å lære noe underveis. Alle respondentene satte mest pris på å lære om isen. Mange mente at turen førte til økt interesse for å lære mer om det som ble formidlet, og at de også kommer til å dele det som ble lært med venner og/eller familie. Det var usikkerhet knyttet til påstandene om at guidesertifisering og økoturismesertifisering ville øke attraktiviteten i å delta på en guidet tur i Klimaparken.

Undersøkelsen dokumenterer at Klimaparken på flere måter er et vellykket produkt der de besøkende har hatt en god opplevelse, mye på grunn av at de fikk lære om ulike temaer på turen. Klimaparkens formidlingsformål om at de besøkende skal få kunnskap om samspillet mellom klima, natur og mennesker, som en kilde til innsikt og refleksjon over pågående klimaprosesser ser ut til å være oppfylt. Resultatene fra spørreundersøkelsen og kommentarene til respondentene tyder på at de er fornøyde med formidlingen til guidene. For å opprettholde kvaliteten og et vellykket produkt er det viktig at de som ansettes har tilstrekkelig kunnskap og formidlingsferdigheter, i tillegg til at det trengs god opplæring.

Abstract

Demand for vacation experiences that provide learning opportunities are increasing, as a result of a higher education level in the population and increased knowledge requirements at work. Many people wish to utilize and explore pristine nature, and because of strict restrictions in nature reserves and national parks, are guided tours the most common activity tourism industry can offer. Increased interest in learning may benefit the natural environment as a whole, as increased awareness may lead to better protection and sustainable use. To achieve this in addition to improving the experience for travellers, competent guides with good communication skills are needed. This has led to a discussion about whether quality assurance and competence requirements are needed, in terms of a certification system for guides in Norway.

This study examine tourist assessments of educational tourism and certification arrangements using a questionnaire, which was distributed to visitors on guided tours in Mimosbrunnr Climate Park 2469, the summer of 2014. The Climate Park is located in Lom municipality, in the border zone of the Jotunheimen National Park. It is a research and communication area for nature, climate and cultural heritage.

The results of this study show that respondents thought they learned very much during the guided tour, and truly enjoyed to gain more knowledge. What respondents appreciated the most was to learn about ice. Many thought that the guided tour led to an increased interest in the topics presented, and that they also wanted to share what they learned with friends and/or family. There was uncertainty about whether a guide certification and ecotourism certification would increase the attractiveness of attending guided tours in the Climate Park.

The study shows that the Climate Park in several ways is a successful product, where the visitors have a good experience, largely because they learn about various topics along the way. The interpretation aims of the Climate Park, that visitors will gain knowledge on interactions between climate, nature and people as a source of insight and reflection on the ongoing climate processes, seem to be fulfilled. Survey results and comments of respondents indicate that they are satisfied with the guides' interpretation. To maintain quality and a successful product, it is important that the people employed have sufficient knowledge and communication skills, in addition to the need for good staff training.

Innhold

Forord.....	1
Sammendrag	2
Abstract	3
1.0 Innledning.....	6
1.1 Kunnskapsformidling i Mimisbrunnr Klimapark 2469	7
2.0 Teori.....	8
2.1 Begrepsavklaring	8
2.1.1 Kunnskapsturisme	8
2.1.2 Interpretasjon, veiledning og guiding	10
2.1.3 Hvilken formidlingstype benyttes i Klimaparken	12
2.2. Hva kan målrettet formidling bidra til?.....	14
2.3 Effekter på atferd	15
2.4 Guidenes ansvar	17
2.5 Behov for sertifisering av guider?	18
2.6 Økoturismesertifisering.....	20
2.7 Behov for sertifisering av bedrifter?	20
2.8 Hvem deltar på en interpretasjonstur/ velger ferieaktiviteter med læring.....	22
3.0 Områdebeskrivelse.....	23
4.0 Problemstillingene.....	26
5.0 Metode	28
5.1 Valg av metode.....	28
5.2 Spørreskjemaet	28
5.3 Utforming av spørreskjemaet	28
5.4 Forstudie.....	30
5.5 Presentasjon av spørreskjemaet til turistene	30
5.6 Antall besøkende, antall svar og antall spurt	31
5.7 Analyseverktøy	31
5.8 Databearbeiding.....	31
5.9 Analyse av spørreskjema	32
5.10 Generaliserbart	33
5.11 Mulige feilkilder.....	33
6.0 Resultater	36
6.1 Hvem besøker Klimaparken?.....	36

6.2 Bivariat analyse	37
6.3 Trivariat analyse	47
6.4 Andre kommentarer	51
7.0 Diskusjon	52
7.1 A: Sosiodemografiske kjennetegn ved turistene i Klimaparken.....	52
7.2 B: Lærte turistene noe i løpet av den guidede turen, og likte de å lære noe underveis? Hva likte turistene å lære noe om?	53
7.3 C: Fører formidlingen i Klimaparken til økt lærevilje og lyst til videre formidling til andre personer? Får de besøkende økt interesse for klimaendringer og naturvern som følge av formidlingen?	58
7.4 D: Synes turistene at guide- og økoturismesertifiseringsordninger vil gjøre det mer attraktivt å delta på turen?	63
7.5 Metoderefleksjon	66
8.0 Konklusjon	67
9.0 Litteraturliste	70
10.0 Vedlegg	72
10.1 Vedlegg 1: Resultattabeller	72
10.2 Vedlegg 2: Norsk spørreskjema	74
10.3 Vedlegg 3: Engelsk spørreskjema	76
10.4 Vedlegg 4: Kommentarer fra spørreskjemaene	79

1.0 Innledning

Stadig flere bor i byer, og som en motreaksjon har dette resultert i at interessen for natur- og kulturopplevelser er økende (Finansdepartementet 2003). Urørt natur har blitt en etterspurt mangelvare, spesielt ellers i Europa, og turisme knyttet til vernet natur kan øke lokal verdiskapning. Streng restriksjoner følger ofte verneområdene, slik at guidede turer er den vanligste, om da ikke eneste, aktiviteten reiselivet kan tilby (Direktoratet for Naturforvaltning 2006).

Det er en økende etterspørsel etter ferier hvor en lærer noe underveis (Naturitas AS 2008; Nordin 2005). I feriemodus er folk nysgjerrige og mottagelige, og de har et ønske om å forbedre sin kunnskap. Kamfjord (2011) mener årsaken til dette er et generelt høyere utdanningsnivå og økte kunnskapskrav i arbeidslivet.

Den økte interessen for å lære på fritiden kan ifølge forskning komme naturen til gode, men dette stiller høyere og strengere krav til guidenes formidling og kunnskap. Kunnskap om natur og kultur kan føre til at turistene får en bedre forståelse og mer omtanke knyttet til bevaring av natur og kultur (Society for Interpreting Britain's Heritage, 1998 referert i (Moscardo 2003)). Gode naturopplevelser kan øke motivasjonen for å verne naturen og ta miljøriktige valg (Naturitas AS 2008). Informasjon om naturfaglige og kulturhistoriske verneverdier og sårbare områder kan også bidra til å øke kvaliteten på oppholdet for de besøkende (Direktoratet for Naturforvaltning 2006).

Behovet for sertifisering av guider har vært debattert de siste årene. Ulike medieomtaler viser at det er et behov for en kvalitetssikring av guidene i Norge (Fonbæk 2014; Lappegard 2013). Det anslås at det i Norge finnes mellom 2000 og 3000 naturbaserte reiselivsbedrifter (Apon et al. 2013). For 39 prosent av disse bedriftene har guiding svært stor eller stor betydning for virksomhetens totalomsetning (Stensland et al. 2014). For å nå virksomhetens mål innen naturbasert reiseliv mente 53 prosent at det er svært viktig eller viktig med guidekompetanse (Stensland et al. 2014). I dag finnes ingen sertifiseringsordninger for de som driver med naturguiding (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). Derfor er det ingen kvalitetssikring av de opplevelsene som tilbys.

Det påpekes i reiselivsstrategien «Destinasjon Norge» at kvaliteten på reiselivsproduktene og gjestenes opplevelse og tilfredshet vil bli forbedret ved at guidene har lokalkunnskap og god formidlingsevne. Derfor er rekruttering og opplæring av guidene svært viktig (Nærings- og handelsdepartementet 2012). Handlingsplanen for verneområdene nevner at det ville vært en fordel om forvaltningsmyndighetene kunne hatt mulighet til å stille krav om kompetanse hos de som driver med guiding (Direktoratet for Naturforvaltning 2006).

I 2013 ble det holdt et seminar i regi av Virke, som er næringslivets nest største hovedorganisasjon (Virke 2015), og en oppfølgingskonferanse på universitetet i Stavanger. Det ble diskutert behovet for utdanning og sertifiseringsordninger for guider (UiS 2013). Formålet var å samle ulike utdannings- og forskningsmiljøer for å ha en åpen diskusjon om initiativene innen guideutdanning, autorisasjon og sertifiseringsordninger for profesjonelle guider, og hvordan dette kunne konkretiseres og organiseres. I 2014 ble det holdt en oppfølgingskonferanse i Tromsø (Hagen 2014).

1.1 Kunnskapsformidling i Mimisbrunnr Klimapark 2469

Mimisbrunnr Klimapark 2469 ligger like i utkanten av Jotunheimen nasjonalpark. I handlingsplanen for verneområdene står det skrevet at gode innfallsporter til verneområdene er avgjørende for en bærekraftig bruk av området (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). For at tilstanden i verneområdene ikke skal bli forringet er det viktig at tilgrensede områder forvaltes på en god måte. I Klimaparken er det guider som formidler kunnskap om naturen og kulturen i området, samt klimaendringers påvirkninger på dette, til besøkende turister. Det er derfor grunn til å tro at økt kunnskap vil komme verneområder til gode – og da spesielt Jotunheimen nasjonalpark, ettersom Klimaparken er lokalisert i randsona til denne.

Denne empiriske undersøkelsen har til hensikt å undersøke turistenes perspektiver på kunnskapsturisme og sertifiseringsordninger. Den undersøker om økt kunnskap fører til økt interesse for klimaendringer og naturvern. Den forsøker også å svare på om turistene mener guidesertifisering og økoturismesertifisering er positivt for deltagelse på en guidet tur. For å få svar på dette er Mimisbrunnr Klimapark 2469 brukt som caseområde, og de besøkende i Klimaparken er undersøkelsens målgruppe.

2.0 Teori

2.1 Begrepsavklaring

2.1.1 Kunnskapsturisme

Kunnskapsturisme er et begrep som er lite benyttet. Likevel har det å reise for å se og lære noe nytt foregått i flere århundrer (Ritchie et al. 2003). Starten på denne formen for læring var ved at aristokratisk, britisk ungdom dro på dannelsesreiser («The Grand Tour»), som en del av sin utdannelse på 1700-, 1800- og mye av 1900-tallet (French et al., 2000; CTC, 2001, referert i (Ritchie et al. 2003)). Smith & Jenner (1997; referert i (Ritchie et al. 2003)) hevder at all turisme bidrar til å utvide den intellektuelle og kulturelle horisonten, og dermed kan ses på som kunnskapsgivende. Likevel er det et smalere markedssegment av turisme som faller innunder begrepet «educational tourism», som Ritchie et al. (2003) gjør rede for.

På tross av at «educational tourism» har vært et konsept helt siden 1700-tallet, er dette et felt det har blitt forsket svært lite på. Mye av årsaken ligger i at det å reise for å oppnå kunnskap er et bredt og komplisert område, som har ført til at både akademikere og reiselivsnæringen i stor grad har ignorert dette feltet (Smith & Jenner, 1997 referert i (Ritchie et al. 2003)). På grunn av lite forskning er det grunn til å tro at næringen er relativt uvitende om det faktiske omfanget av dette segmentet og denne formen for turisme (Smith & Jenner, 1997 referert i (Ritchie et al. 2003)).

Ritchie et al. (2003) mener det er mange ulike segmenter av «educational tourism». En måte å segmentere begrepet på er å skille mellom de som velger «turisme først» og de som velger «kunnskap og læring først». Ritchie et al. (2003) tar utgangspunkt i figur 1, som er utformet av Canadian Tourism Commission, for å forklare dette nærmere. Personer som har reising som primær motivasjonsfaktor og målrettet læring som et sekundærmål, tilhører segmentet «turisme først», eller «generell interesse – læring mens man reiser». Med «kunnskap først», eller «meningsfull læring og reising», menes skoleutferder, språkskole og universitet/college-opplevelser. Denne gruppen er i utgangspunktet motivert for reisen på grunn av utdanning og læring. De klassifiseres som turister, selv om de ikke nødvendigvis ser seg selv som å være det, ettersom de faller inn under definisjonen av turismebegrepet.

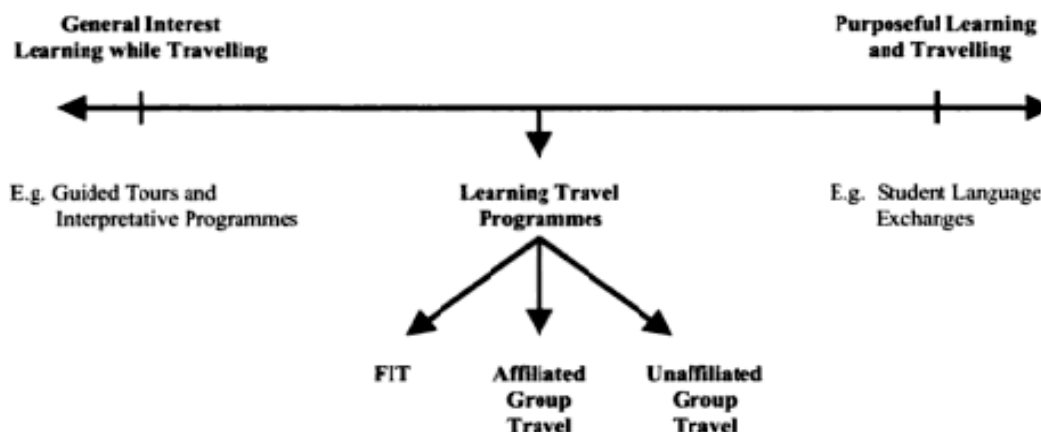


Figure 1.1 The learning/travel continuum

Source: Modified from CTC (2001)

Figur 1: Figuren viser Canadian Tourism Commission sin beskrivelse av et reise-/lærekontinuum (CTC, 2001, referert i (Ritchie et al. 2003)). Figuren viser en generell interesse for læring samtidig som en reiser på den ene siden av kontinuumet, og målrettet læring og reising på den andre siden. I midten påpekes det at reiseprogrammer med læring kan være organisert av uavhengig reisende (FIT) eller gjennom tilknyttede og ikke-tilknyttede gruppereiser.

Ritchie et al. (2003, s.18) beskriver «educational tourism» som «en turistaktivitet som er gjennomført av de som har foretatt en overnattingsferie eller en utflukt, og der utdanning og læring er en primær eller sekundær del av turen. Dette kan inkludere generell kunnskapsturisme, studieturer, og internasjonale og nasjonale universitet- og skolereiser som språkskole, skoleutflukter og utvekslingsprogrammer. «Educational tourism» kan være uavhengig eller formelt organisert og kan finne sted med utgangspunkt i en rekke naturlige eller menneskeskapte omgivelser».

Høgskolen i Hedmark hadde tidligere en ettårig utdanning i natur- og kunnskapsturisme. De mener at kunnskapsturisme innebærer et faglig innhold i natur- og kulturopplevelsene. Dyktige guider skal formidle fagkunnskap om natur og kultur, noe som tilfører en ekstra dimensjon til reiseopplevelsen (Motrøen & Bryn 2007).

Klimaparken har besøkende med «motiver» fra begge sider av kontinuumet. I tillegg til tilfeldige turister er det mange skoleklasser som besøker parken. Selve guidingen er nødvendigvis ikke så veldig annerledes, men de besøkende har ulike motiver for besøket. Utvalget i denne studien har i hovedsak «turisme først»-motivet. I figur 1 kan en se at under «general interest – learning while travelling» er «guided tours and interpretative

programmes» et eksempel, dette samsvarer med opplegget som er i Klimaparken. Videre skal disse begrepene forklares.

2.1.2 Interpretasjon, veiledning og guiding

Begrepet «interpretation» ble første gang formelt definert i boka «Interpreting our Heritage», av Freeman Tilden ((1957), referert i (Ham 2013, s.7)): «*«Interpretation» er en lærerik aktivitet med mål om å vise betydninger og relasjoner gjennom bruk av originale objekter, ved direkte erfaring, og ved illustrerende media, i stedet for å bare kommunisere faktainformasjon.»*

I ettertid har det blitt laget mange ulike definisjoner. Begrepet «interpretation» finnes ikke på norsk, men ordet kan oversettes til interpretasjon, som betyr tolkning eller forklaring. Denne norske oversettelsen vil bli brukt i resten av oppgaven. Interpretasjon kan foregå på mange ulike måter og i mange ulike kontekster. Interpretasjonsmøter kan være både personlige, med guider eller lignende, og/eller ikke-personlige, i form av brosjyrer, infoskilt, hjemmesider og lignende (Ham 2013).

For å forstå begrepet interpretasjon er det hensiktsmessig å sammenligne det med formell utdanning. I et klasserom er ofte målet til læreren å kommunisere fakta alene (Ham 2013). De som formidler interpretasjon presenterer bare de faktaene som hjelper publikum med å relatere seg til og verdsette det de prøver å vise eller forklare. Fakta som er gjennomtenkt og hensiktsmessig valgt ut kan være støttende, illustrative og opplysende, men er sjelden målet i seg selv. Målet med interpretasjon er å kommunisere et budskap, og det er alltid en moral i en slik historie. Ham (2013) oppgir fire egenskaper som må ivaretas for at kommunikasjonen skal være vellykket. Kommunikasjonen må bestå av et tema, som er en helhetlig idé, med et poeng man ønsker å gi uttrykk for. Det må være organisert, slik at det er enkelt for publikum å følge med. Formidlingen må være relevant, slik at tilhørerne synes det fremstår som meningsfullt og personlig. Den siste nødvendige egenskapen er at kommunikasjonen må være underholdende slik at publikumet blir engasjert.

Hensikten med interpretasjon er ifølge Ham (2013) tredelt. Den første hensikten er å forbedre opplevelsen for den besøkende, ved å skape en personlig forbindelse mellom den besøkende og en plass, en ting eller en ide. Det neste er å tilrettelegge for verdsettelse, slik at de besøkende får omsorg for det som kommuniseres. Den tredje hensikten er å påvirke atferden

til de besøkende for å hindre skade på vernede ressurser, eller for å hindre at de besøkende setter seg selv i ubevisst fare.

Begrepet «interpretation» ble oversatt til «tolkning» av svensken Hultman (1985). Han legger vekt på at tolkning innebærer at et miljøes verdier skal beskrives. Det er sporene i miljøet av tidligere og nåværende hendelser som skal tolkes, og sammenhengen mellom mennesker og miljø er svært sentral. Aurland naturverkstad har utviklet begrepet «stadformidling», og mener at dette er det norske begrepet for interpretasjon. De legger vekt på at metoden skal medvirke til at møtet mellom menneske, natur og kultur kan føre til økt bærekraft. Dette skal gjøres ved å gi mening og relasjon til kunnskapen om et sted (Knagenhjelm u.å). Foreløpig er det bare aktører i Nærøyfjorden som benytter begrepet.

Caselunghe (2012) mener imidlertid at det er naturveiledning som svarer til begrepet interpretasjon på norsk, svensk og dansk. I 1990 ble det fastsatt en felles nordisk definisjon for naturveiledning. Naturitas AS (2008) mener at den definisjonen er for bred og i dag minner mer om begrepet naturformidling, ettersom den kan omfatte all informasjon om natur, med formidling i form av brosjyrer, skilt, utstillinger, utdanning osv. Naturveiledning begrenser seg derimot ifølge Statens Naturoppsyn til å omfatte formidling utført av en person i naturen. De har laget denne definisjonen: «*Naturveiledning er formidling av kunnskap om naturen og dens sammenhenger, i den hensikt å styrke innsikt, respekt, engasjement og omsorg for natur- og kulturmiljøet. Naturveiledningen utføres av en person, naturveilederen, som i hovedsak gir deltagerne direkte opplevelser ute i naturen*» (SNO 2010, s.2).

Videre redegjøres det for målsettingene med naturveiledning, som er å: «*[...]styrke forståelsen for naturmangfold og naturvern, [...]gi kunnskap om arter, artsmangfold og økosystemer, [...]tydeliggjøre sammenhengen mellom natur og samfunn, menneskets avhengighet av naturen, og menneskets evne til å påvirke og forandre forhold i naturen, [...]styrke interessen for rekreasjons- og friluftaktiviteter, [...]fremme engasjement i natur- og kulturmiljøspørsmål, [...]inspirere til en sunn og bærekraftig livsstil*» (SNO 2010, s.2). Selv om naturveiledning har mange elementer som minner om interpretasjon, er det tydelig at det er noe snevrere, ettersom naturveiledning dreier seg om natur. Kommunikasjonsformen interpretasjon er tenkt på et bredt spekter av temaer, men er også i noen sammenhenger definert på en slik måte at det dreier seg om formidling av natur, såkalt «nature interpretation». Det er likevel

en forskjell mellom disse begrepene. Interpretasjon har fokus på forklaring og forståelse for å oppnå endrede holdninger, mens naturveiledning har fokus på formidling av kunnskap for å oppnå forståelse.

Både Naturitas AS (2008) og Caselunghe (2012) er enige om at naturguiding ikke må forveksles med naturveiledning, selv om begrepet ofte forekommer i denne sammenhengen. Når en person i reiselivssammenheng leder en gruppe på en tur i et naturmiljø brukes ofte begrepet naturguiding (Naturitas AS 2008). Guiden har ikke som mål at turistene skal utføre aktiviteter slik at de får en dypere forståelse av sammenhenger i naturen. I hovedsak er guidingen enveiskommunikasjon og informasjon, og deltagerne gis av og til mulighet for spørsmål.

I Klimaparken brukes betegnelsen guider om formidlerne. Det er fordi guide er et begrep som benyttes både på norsk og engelsk, og er det mest benyttede begrepet på en person som har ansvar for turister i naturen. Gjennomgangen viser at det er mange ulike begreper for formidling. Men hva slags kommunikasjonsformidling driver vi egentlig med i Klimaparken? Tilden presenterte seks prinsipper for vellykket interpretasjon (Caselunghe 2012). Prinsippene er som følger:

1. Forutsett målgruppen! Forsøk å forstå hva de besøkende vil få ut av sitt besøk
2. Vis, i stedet for å bare informere. Tolkning vil nå de overfladiske forklaringer og fakta og fortsette utover en sannhet til en enda viktigere sannheten
3. Fortell en historie! Tolken må være en kunstner som anvender fantasi og ikke bare rabler arter uten sammenheng.
4. Provoser! Tolkningen skal stimulere til egne tanker og handlinger, ikke bare gi ferdige svar.
5. Sett saker i sammenheng! Ellers henger kunnskapen i luften. For at mennesker skal bli engasjerte må både intellekt og følelser forstås.
6. Tolk på en bestemt måte for barna! Ikke bare gjøres en fortynnet voksenversjon uten å tenke helt nytt. Ofte er dette utmerket å bruke selv for voksne.

2.1.3 Hvilken formidlingstype benyttes i Klimaparken

Med tanke på første prinsipp er opplegget for guidingen i Klimaparken som regel ganske lik fra gruppe til gruppe. Noe av det første vi forteller til turistene er hvor viktig det er at de spør spørsmål, slik at de kan få vite det de lurer på og interesserer seg for (jf. områdebeskrivelsen,

kap. 3). Hele turen går ut på å vise fram det som er i området, det er svært lite av formidlingen som ikke kan vise til konkrete objekter i landskapet. Dermed er det andre prinsippet oppfylt. Fantasi og historier brukes i liten grad, men når vi forteller om artene settes de i sammenheng ved at vi forteller hvordan mennesker og dyr har utnyttet og utnytter disse. Derfor blir prinsipp 3 bare delvis oppfylt. Provosering gjøres i liten grad (prinsipp 4), men når vi viser de besøkende hvor mye isfonna har smeltet de siste tjue årene, og hvor mye den smeltet sommeren 2014, blir alle svært overrasket og det fører til mye diskusjon og spørsmål. De arkeologiske funnene som har smeltet ut av isen blir satt i sammenheng, ved at vi prøver å forklare hvorfor de havnet der oppe i utgangspunktet. At perioder med kaldere klima i ettertid har ført til at de har blitt bevart, og nå smelter fram på grunn av menneskeskapt klimaendring (prinsipp 5). Vi prøver for det meste å rette oss til barna når de er med på tur, og bruker eksempler som er lettere for dem å forstå (prinsipp 6). Denne gjennomgangen kan tyde på at vi til en viss grad oppfyller Tildens prinsipper. Prinsippene er absolutt ikke noe vi bevisst har et ønske om å oppnå i løpet av formidlingen, det har kommet naturlig ut i fra hva vi har sett fungerer og ut fra Klimaparkens målsetting (jmf. Kapittel 3). Klimaparken har heller ingen målsetting om å endre folks holdninger eller atferd. Målsettingene til naturveiledning, som nevnes tidligere, samsvarer med mange av Klimaparkens mål. Likevel er formidlingen i Klimaparken for det meste enveis-kommunikasjon. Selv om vi er veldig åpne for spørsmål og spør de besøkende spørsmål, er det ikke alltid vi får til en dialog. På den måten er vi i hovedsak guider. Ettersom vi prøver å gi de besøkende en forståelse ved å tydeliggjøre sammenhengen mellom mennesker og natur er vi nok likevel mer naturveiledere, med grad av interpretasjon.

Klimaparkens mange arkeologiske funn og en istunnel utformet med bakgrunn i norrøn mytologi gjør at vi i stor grad også er kulturformidlere. Caselunghe (2012) redegjør for et begrep de kaller «kulturmiljøformidling», som er undervisning utført i kulturmiljøer slik som arkeologiske plasser, kulturhistoriske bygg, bygningsmiljøer og landskapsmiljøer. De mener denne formidlingen er nært opp til naturveiledning ettersom man knytter opplevelsen til en plass eller et landskap. På den måten kan man si at vi er natur- og kulturveiledere. I praksis spiller ikke selve begrepet som knyttes til vår kommunikasjonsform så stor rolle, og som vist i gjennomgangen av de ulike formidlingsformene er det relativt glidende overganger mellom begrepene. Det viktigste er at de besøkende forstår hva de skal være med på, og at guidene oppnår sitt formidlingsmål.

2.2. Hva kan målrettet formidling bidra til?

Det er verken i Norge eller Sverige noen etablert forskning på betydningen av kunnskapsturisme, naturveiledning, stadformidling eller guiding for turistene ((Caselunghe 2012); Kristian Bjørnstad pers. medd. 2015). Derfor vil det i denne delen av oppgaven gjøres rede for den etablerte forskningen fra andre deler av verden om interpretasjonens påvirkning. Dette gjøres for å se hva god kommunikasjon potensielt kan bidra med.

Det første målet med interpretasjon er som nevnt tidligere å øke de besøkendes tilfredshet med besøket (Ham 2013). Ham og Weiler (2007) skriver at interpretasjonens betydning for en bedret turistopplevelse og økt tilfredshet er allment anerkjent, likevel er det lite forskning som er blitt gjennomført som direkte kan dokumentere denne påvirkningen. Ham og Weiler (2007) Hwang, Lee og Chen (2005), Pearce og Moscardo ((1998) referert i (Moscardo 2003)) og Powell og Ham (2008) finner imidlertid dette. Ham (2013) mener det neste interpretasjonen kan bidra til er økt forståelse, deretter endrede holdninger og verdsettelse, som igjen kan føre til endret atferd og ønske om bevaring. Dette har blitt undersøkt i de to studiene som følger:

Pearce og Moscardo ((1998) referert i (Moscardo 2003)) undersøker effekten av interpretasjon i regnskogen i Australia. «Skyrail - Rainforest Cableway» tar med seg besøkende på en gondoltur over regnskogen. I stedet for å bare passivt se naturen kan man oppleve tre ulike elementer av interpretasjon; en gangvei på treplanker med informasjonsskilt, et informasjonssenter og en stab av guider som tilbyr turer. Ved hjelp av en spørreundersøkelse kom det fram at de besøkende som erfarte en av de tre interpretasjonsdelene var signifikant mer fornøyde med opplevelsen enn de som bare kjørte gondolen. De besøkendes regnskogkunnskaper ble testet etter besøket. De som hadde deltatt på en interpretasjonsaktivitet fikk signifikant høyere skår på kunnskapsnivå. Studien antyder at økt kunnskap kan være med på å føre til bevaring, ettersom de mest stilte spørsmålene var om regnskogbevaring og hvordan de besøkende skulle oppføre seg. Forskerne var også interessert i å se på om erfaringene fra «skyrail»-opplegget kunne ha noen betydning på turistenes planlagte regnskogaktiviteter i regionen. Det ble undersøkt hvilke aktiviteter de besøkende hadde planlagt før de deltok på opplegget, og om dette var endret etter deltagelsen. Opplegget viste seg å ha redusert de besøkendes intensjoner om å delta på de fleste aktivitetene. Dette gjaldt spesielt for sårbare og mye brukte områder. Hvis de endrede

intensjonene oversettes til forandringer i faktisk atferd, er det veldig sannsynlig at opplegget vil minske trykket på disse områdene.

Powell og Ham (2008) skriver i sin studie at tilhengere av økoturisme innenfor verneområdene mener turdesign og interpretasjon kan bidra til å redusere de negative konsekvensene av turisme, både menneskelige og miljømessige. Dette er lite utforsket, derfor undersøkte Powell og Ham (2008) arbeidet til en turoperatør i Galapagos nasjonalpark for å se om deres interpretasjon- og økoturismeprodukt ville kunne påvirke turistenes læringsresultat og støtte av miljøvern. For å finne ut av dette ble det delt ut et spørreskjema på første og siste dagen av en tur. Resultatene viser at turistenes generelle glede og tilfredshet med turen var svært høy. Kunnskapstesten viste en økning i riktig svar fra før til etter turen, og 87 prosent av respondentene rapporterte selv at de lærte mye eller moderat mye om naturen. Generelle miljøatferdsintensjoner hadde økt som følge av turen, og generelt ga respondentene uttrykk for en høy grad av støtte til alle tiltak rettet mot å bevare eller beskytte miljøet på Galapagos. Dette tyder på at interpretasjonsopplegget oppnår sin ønskede effekt.

2.3 Effekter på atferd

Munro et al. (2008) er noe kritisk til om interpretasjon virkelig kan lede til endret atferd, fordi det er få studier som evaluerer dette. De mener at studier må oppfylle fire krav for å kunne si noe sikkert om de besøkendes atferd har blitt endret. Kravene til testene er at det skal være en tilstrekkelig utvalgsstørrelse, de besøkendes holdninger og kunnskaper må testes både før og etter, det må brukes en kontrollgruppe, og det må testes om de endrede holdningene som følge av interpretasjonen er forbigående eller permanente. De fant ingen studier som oppfyller alle fire kravene. Testen til Powell & Ham (2008) oppfyller bare ett av kravene. Konklusjonen er at det må gjøres mer forskning før man kan si noe om interpretasjonens effekt på å fremme en mer bærekraftig besøksatferd.

Ham (2007), Fransson og Gärling (1999) og Weaver (2012) påpeker også at det er vanskelig å måle om en persons holdninger kan føre til endret atferd. I psykologien er det begrunnet at når en målt holdning er i samsvar med sitt formål vil det trolig være fremtidsbeskrivende (Ajzen 2005, Ajzen og Fishbein 2005, Sutton 1998, referert i (Ham 2007)), men når en holdning bare er generelt relatert til et formål, er forutberegneligheten svak (Ajzen 2005, Bamberg 2003 referert i (Ham 2007)). Hvis man vil forutsi om en person kommer til å begynne med

resirkulering hjemme, hjelper det ikke å kjenne personens holdninger knyttet til miljø eller resirkulering generelt (Ham 2007). Dette kommer fram i en undersøkelse gjennomført i en australsk nasjonalpark. Her var bare 20 prosent villige til å engasjere seg i aktiviteter og vise engasjement rundt miljøet, selv om alle deltagende i undersøkelsen var bekymret for miljøet og klimaendringer (Weaver 2012). Fansson og Gärling (1999) finner at mangel på kunnskap er en faktor som kan forklare det svake forholdet mellom generell miljøbekymring og miljømessig ansvarlig oppførsel. En undersøkelse gjennomført av Respons Analyse viser at folk har et ønske om økt kunnskap knyttet til klimaspørsmål. Seks av ti er interessert i informasjon om hva de selv kan gjøre for å bidra til å redusere klimagassutslippene (Miljøverndepartementet 2009). Undersøkelsen av folks holdninger til klimaet avdekker også en annen årsak som kan gjøre det vanskelig å måle endret atferd. De fant at fire av ti mener det er flaut å si at man ikke er klimabevisst, uavhengig av om man er det eller ikke.

Hvis kunnskapen som formidles ikke skjer for å påvirke en persons gjeldende oppfatning, er det tvilsomt om den besøkendes holdning blir påvirket (Ham 2007). Det å påvirke noen innebærer tre mulige utfall: 1. forandre eksisterende holdning, 2. forsterke eksisterende holdning eller 3. å få til en ny holdning som ikke eksisterte tidligere. For å kunne påvirke eksisterende holdning, må man først vite hvilken gjeldende oppfatning personen har, for så å kunne overtale den besøkende via interpretasjon til å oppføre seg på ønsket vis. Det kan også tenkes at den holdningen de har kommer av mye tenking og noen ganger direkte erfaringer, noe som gjør det ekstra krevende å endre på. For å oppnå en sterk og varig holdningsendring må turistene provoseres til å presentere bevisste tanker, men også kort og fragmentert kommunikasjon kan føre til holdningspåvirkning (Ham 2007). Det kan være å styrke de besøkendes opplevelse eller overtale besøkende til å oppføre seg på en bestemt måte i en umiddelbar tidsramme, som for eksempel at de skal holde seg på den angitte stien og ikke plukke truede planter. De to neste påvirkningsutfallene er mer sannsynlige. Det å forsterke eksisterende holdning kan gi dem ny informasjon som er bekreftende og i samsvar med besøkendes tidligere oppfatninger. Det siste utfallet er muligens det viktigste, ettersom interpretasjonen presenterer nye og fascinerende ideer som de besøkende aldri har tenkt over tidligere. Ideene blir her et førsteinntrykk, noe som er hovedhensikten med interpretasjon – spesielt når det primære målet er å forbedre de besøkendes opplevelse.

2.4 Guidenes ansvar

Studien til Powell og Ham (2008) påpeker viktigheten av guidenes rolle i et økoturismeprodukt (se nærmere omtale av økoturisme i kap. 2.6). Pereira og Mykletun (2012) undersøkte om guidene bidrar til bærekraftig turisme i Amazonasregnskogen. Studien tar utgangspunkt i hva Cohen (1985) og Weiler & Davis (1993) mente var guidenes roller for å oppnå miljømessig og sosialt ansvarlig turisme. Cohen (1985) delte opp rollen til guiden i to hovedsfærer. Den første er lederskap, som går ut på at guiden har en stifinnerrolle; han/hun skal være et bindeledd mellom turister og lokal kultur og ha evne til å se gruppedynamikk. Den andre rollen er formidleren, som forteller om stedets naturlige og kulturelle miljø. I tillegg trengs en kommunikativ kompetanse, som går ut på å ha evnen til å endre formidlingen med tanke på forskjellige publikum. Weiler og Davis (1993) mente at guiden må ha et tredje ansvar, naturmiljøet. Guiden må ha ansvar for sitt vertsmiljø ved å bidra til miljøvennlig oppførsel på stedet, og til langsiktig kunnskap og holdningsendring. Pereira og Mykletun (2012) legger til en fjerde sfære, den økonomiske. Dette gjøres fordi de mener at guidene skal kunne bidra til bærekraftig turisme, ved å være promotører som får turistene til å kjøpe lokale produkter og tjenester. God formidling kan føre til at de kommer tilbake, hvis de forbinder stedet med en god opplevelse. Konklusjonen er at guidene i Amazonasregnskogen i liten grad bidrar til bærekraftig turisme, de er i hovedsak stifinnere som tar turister fra ett sted til et annet. De mangler formidlingsevne og kunnskap om hva bærekraft og økoturisme egentlig er.

Ballantyne og Hughes (2001) gransker turguidenes oppfatninger av sin rolle, ansvar og opplæringsbehov. De mener at guidene er hjertet og sjelen i økoturismebedrifter, og derfor er deres miljøkunnskap, kommunikasjon og interpretasjonsferdigheter kritiske faktorer for å kunne påvirke turistene, og for å oppnå et vellykket produkt. Resultatene viser at guidene la størst vekt på innholdet av presentasjonen, at informasjonen skulle være korrekt og interessant. I tillegg var de publikumsbevisste, ved at de hadde fokus på et forståelig språk og at de ikke skulle være sexistiske eller rasistiske. Minst viktig var det å bruke interpretasjonsteknikker (eks: spørre de besøkende spørsmål og provosere de) for å minimere miljøpåvirkning og oppmuntre til verdsettelse. Ballantyne og Hughes (2001) påpeker at det er økende forskningsmessig støtte for at bruk av interpretasjonsteknikker tiltrekker og opprettholder de besøkendes interesse, i tillegg til at de føler økt tilfredshet med besøket. De mener det virker som om viktigheten av interpretasjonen ikke har blitt kommunisert til de

som er i feltet ennå, og det må gjøres mer for å informere guidene om nye teknikker og utvikling.

2.5 Behov for sertifisering av guider?

Forskningen viser at de som utfører interpretasjon potensielt kan bidra til at de besøkende får økt forståelse, og dermed et ønske om bevaring. For at dette skal skje er man avhengig av den som utfører formidlingen. Den må legges fram på en riktig måte, og guiden må ha tilstrekkelig med kunnskap om det som formidles. Pereira og Mykletun (2012) viser til hvilke roller guiden må ha for å kunne utføre tilfredsstillende guiding, og Ham (2013) gjør rede for hva som skal til for å oppnå suksessfull kommunikasjon. Weiler og Davis (1993) konkluderte allerede i 1993 med at på bakgrunn av alle rollene og alt ansvaret som hviler på guiden, trengs det en mer formell utdanning og opplæring for naturbaserte turledere. De mener turistindustrien må bevege seg mot at det blir en kontrollmåling som sikrer at bare de som har tilstrekkelige miljøkunnskaper, evner og holdninger skal få lov til å ha den viktige rollen som naturbasert turguide.

Dette er fremdeles ikke noe guider trenger å rette seg etter, da det ikke finnes noen etablerte ordninger som kvalitetssikrer dagens kunnskaps guider i Norge (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). Den eneste sertifiseringsordningen i Norge er Norske Tindevogledere, som er sertifisert for aktivitetene «blåis», «vinterfjellet» og «via ferrata/klatrepark». Disse skal ha erfaring og kompetanse for å unngå ulykker og øke sikkerheten ved slike aktiviteter (NCE Tourism 2013). I dag er sertifiseringen av naturguider i Norge i praksis styrt av forsikringsbransjen, som setter krav for å inngå forsikringsavtale med turselskapene og naturguidene (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). Norsk Fjellsportsforums nasjonale standard for instruktører, førere og kursarrangement innen fjellsport nærmer seg en slags sertifiseringsordning i Norge (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). Denne ordningen har også sikkerhet som det viktigste målet, men innebærer i tillegg temaer som flora, fauna, geologi med mer. Det finnes noen høgskoler med naturveilederutdanning, men det er ikke noe krav om å ha denne utdannelsen for å være guide i Norge. Rapporten til miljødepartementet påpeker at sikkerhet er viktig for guider innen ekstreme opplevelsestilbud, men at naturkunnskap som kan sikre kvaliteten på tilbudene og produktene anses som viktig (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). Det er interesse hos bedriftene for å få til en ordning med et minstekrav for naturguider. Dette støttes i undersøkelsen utført av

Stensland et al. (2014) hvor man fant at 27 prosent av de naturbaserte reiselivsbedriftene i Norge ser et behov for mer kompetanse på området guiding og formidling.

Black og Ham (2005) har kritisk analysert utviklingen av det australske EcoGuide-programmet. Dette var grunnlaget for en modell som ble laget for reiseledersertifisering, og var ment som en mekanisme for å forbedre kvaliteten på turguiding. De påpeker at guideprogrammene bør ha noe generell kjernekompetanse, og noe spesialkompetanse avhengig av hva slags type guiding det er snakk om. Som eksempel trekker de frem økotur guider. De bør ha noen nøkkelroller i sin spesialistkompetanse, som å være en interpretasjonsformidler og motivator av miljømessig ansvarlig atferd og verneverdier. Black og Ham påpeker at programinnholdet trenger å sikre at guidene kan demonstrere evnene, kunnskapen, holdningen og væremåten som er nødvendig for å utføre jobben sin.

De andre nordiske landene har kommet en del lengre enn Norge når det gjelder utdanning og sertifisering av guider. Den danske naturveilederordningen ble etablert allerede i 1986, og i 2008 hadde 400 personer gjennomført naturveilederutdanningen (Naturitas AS 2008). For å kunne få ta utdannelsen må kandidatene ha en arbeidsplass på forhånd, ettersom hensikten med utdannelsen er at den skal tjene både arbeidsplassen og naturveilederen selv. Etterutdannelsen foregår i ett år, og det er i størst grad lagt vekt på å lære om formidling og pedagogikk. Ved fullført utdanning får de bruke logoen for ordningen, som er ei ugle. Denne ugla brukes i markedsføringssammenheng, på publikasjoner og lignende. Den har blitt et sterkt varemerke, i tillegg til at den gir gjenkjennelse og stolthet blant naturveilederne. Denne logoen har også utviklet seg til å bli et kvalitetsstempel, som publikum på naturveilederarrangementer kan kjenne igjen.

I forkant av den første guidesertifiseringskonferansen utførte Virke en undersøkelse som ble sendt blant annet til cruiseagenter, turoperatører og destinasjonsselskap (Solheim 2013). Man fant at 2/3 mente det var viktig for dem å benytte sertifiserte guider. Solheim (2013) skriver at selv om det ikke finnes sertifiseringsordning i Norge, viser disse svarene at kvalitetssikringsordninger vurderes som nyttige og viktige. Undersøkelsen viser også at 60 prosent har egne evalueringsordninger av varierende slag. Deltagerne på konferansene om utdanning og sertifiseringsordninger for profesjonelle guider hadde en idé om at guidene skulle få en felles kjernekompetanse, og at det skulle være ulike arbeidsfelt. Eksempler på

dette er kultur-/bygdeguides, naturguides og tindevegledere (Norges Guideforbund 2014¹). Konferansene har foreløpig ikke resultert i en sertifiseringsordning, og noe av årsaken er at det er vanskelig å bestemme hvem som skal ha ansvaret for en slik ordning. Det var ønskelig med en offentlig instans, men de er tilbakeholdne med å ta ansvar og kostnader (Knut Fossgård (konferasedeltager), pers. medd. 2015). Konferansene har likevel ført til opprettelsen av et ettårig naturguidestudium på høgskolen i Volda, og det skal opprettes et emne om naturveiledning på Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (Knut Fossgård, pers. medd. 2015). I tillegg har Norges naturguideforbund blitt etablert. Tanken er at forbundet i framtida skal sertifisere naturguides på bakgrunn av godkjent eksamen fra utdanningsinstitusjoner som tilbyr naturguideutdanning (Norsk Naturguideforbund 2014*).

2.6 Økoturismesertifisering

Økoturisme er en måte å drive en virksomhet på som tar hensyn til lokalt særpreg, natur, kulturarv, miljøvern og lokalsamfunnet (Lauten 2011). I 2008 ble den norske godkjeningsordningen for økoturismeturismebedrifter lansert. Definisjonen på økoturisme er som følger: «Økoturisme er berikende natur- og kulturopplevelser, tilrettelagt av ansvarlige reiselivsbedrifter med omsorg for sine gjester, miljøet og det lokalsamfunnet de er en del av» (Lauten 2011, s.4). Videre forklares det at en økoturismebedrift skal bidra til natur- og kulturvern. De skal ha god kjennskap til egen miljøpåvirkning og praktisere en føre-var-holdning. Det skal være en bærekraftig drift, som bidrar positivt i lokalsamfunnet blant annet ved å benytte lokal arbeidskraft. Slike bedrifter skal tilby minneverdige opplevelser, der formidling og læring er en stor del av produktet. Det stilles derfor høye krav til vertskap og guider. I dag er det 20 sertifiserte bedrifter i Norge. Bedriftene må oppfylle en rekke krav som må godkjennes av «HANEN», som er ansvarlig for ordningen.

2.7 Behov for sertifisering av bedrifter?

For at produktet som en helhet skal fremstå miljøvennlig og vise ansvar for sitt naturmiljø, er det flere enn guidene som må fremstå med miljøvennlig oppførsel. Selve bedriften har også et ansvar. Dette er fokuset for økoturismesertifiseringen.

¹ Referansene Norges Guideforbund og Norsk naturguideforbund er upubliserte presentasjoner fra konferansen i Tromsø, som jeg har fått tilgang til, via Knut Fossgård.

Haaland og Aas (2006) drøfter om sertifiseringsordninger for naturbasert reiseliv er et miljøtiltak, eller om det fungerer mer som et markedsføringsmiddel. For å få svar på dette spørsmålet så de på tre eksisterende sertifiseringsordninger i Australia, Sverige og Costa Rica. Målet med sertifiseringsprogrammene er å redusere eller unngå negative miljøeffekter ved drift og produksjon, slik at turisme i sårbare områder ikke medfører uakseptable skader på verneverdier og andre interesser. Haaland & Aas (2006) påpeker at en slik sertifisering vil være en fordel når «Fjellteksten» (Finansdepartementet 2003) uttrykker et ønske om mer turistmessig bruk av nasjonalparkene. Når artikkelen ble skrevet var det ingen etablerte sertifiseringsordninger for naturbasert reiseliv i Norge. På verdensbasis i 2002 var det om lag 260 ulike frivillige initiativ. Utfordringen er at en hurtig og stor utbredelse av sertifiseringsprogrammene fører til forvirring i markedet. *«I havet av merker blir det stadig vanskeligere for forbrukerne å huske på hvilke merker som representerer hva»* (Haaland & Aas 2006, s.48). Dette er med på å vanne ut betydningene av merkene. I artikkelen presiseres det at det bør unngås etablering av parallelle, konkurrerende ordninger, fordi dette fører til forvirring for turistene.

I Norge er det i dag etablert mange sertifiseringsordninger med relativt glidende overganger. I følge Innovasjon Norge kan reiselivsbedrifter sertifiseres ved hjelp av fem ulike ordninger. Disse er «Svanen», «Miljøfyrtårn», «Norsk økoturisme», «ISO 14001» og «Blått flagg» (Innovasjon Norge u.å). I tillegg finnes blant annet, «Bærekraftig reisemål», «Geoturisme» og «Grøn Fjord 2020». Kanskje har det på kort tid blitt et hav av merker i Norge også, og muligens har dette ført til forvirring for turistene.

Stensland et al. (2014) har spurt naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge om de er miljøsertifiserte gjennom en av disse ordningene: «Miljøfyrtårn», «norsk økoturisme», «ISO 14001» eller «blått flagg». 8 prosent av de 2000-3000 bedriftene svarte at de er det, eller var i ferd med å bli det. Forskerne har også spurt bedriftene hva slags påvirkning de trodde en eventuell eller eksisterende miljøsertifisering av virksomheten ville medføre. Alternativene var: Godt omdømme, å nå en annen type kunder, motivasjon og engasjement hos de ansatte, å øke kundemassen og økt lønnsomhet. Det var i denne rekkefølgen bedriftene trodde alternativene ville påvirke bedriften i positiv grad. En veldig liten andel mente at miljøsertifisering ville bidra negativt til de nevnte alternativene. 12-19 % visste ikke hva slags påvirkning en sertifisering ville gi. Dette kan tyde på at det også er en forvirring hos bedriftene.

2.8 Hvem deltar på en interpretasjonstur/ velger ferieaktiviteter med læring.

Det er interessant å se om kunnskap i løpet av en ferieopplevelse appellerer til en bestemt gruppe. Derfor vil det videre bli sett på hva forskere i andre studier har funnet ut om dette.

Forholdet mellom husholdningenes sammensetning og forbruket av naturbaserte reiselivsprodukter og tjenester ble undersøkt av Tangeland og Aas i (2011). Husholdningene ble delt inn i fem ulike kategorier, og det ble laget fire grupper for nøkkelopplevelser knyttet til naturbasert reiseliv: risiko/utfordring, tilrettelegging, læring og familie/barnevennlig. Utvalget besto av 60 prosent menn med en gjennomsnittsalder på 40 år. 80 prosent var ansatt på fulltid. I studien ble det funnet at kvinner la større vekt på læring enn menn.

Utvalget i studien til Powell og Ham (2008) besto av personer som i gjennomsnitt var 54 år, der 75 prosent hadde høyere utdanning. Chen, Hwang og Lee (2006) bruker nasjonalparker i Taiwan som en case-studie for å analysere de reisendes sosiodemografiske karakteristikk. Resultatene viser at overvekten av de besøkende er kvinner i alderen 36-50 år. 59 prosent av respondentene har høyere utdanning. Rundt 40 prosent var i arbeid, og 30 prosent var studenter.

I 2009 ble det utført en undersøkelse i Lom for å finne ut av hvem som kunne tenke seg å besøke Klimaparken (Holovan 2010). Det ble også spurt om hva slags forventninger turistene hadde til Klimaparken som aktivitet. På dette tidspunktet var ikke istunnelen bygget, derfor skrev man at Klimaparken skulle være et sted hvor en fysisk kan oppleve og lære om hva som skjer med klimaet og sammenhenger mellom natur og kultur i et langtidsperspektiv. I undersøkelsen var 58 prosent kvinner. De fleste respondenter var nordmenn, men det var også en god del tyske og nederlendere. 70 prosent hadde høyere utdanning. Respondentene mente at kvalitet var det viktigste kriteriet for at Klimaparken skulle virke attraktiv. De ville at opplegget skulle være spennende og at de kunne lære noe ved å delta. Respondentene håpet også at det å bruke navnet Klimapark ville føre til at det ble holdt en miljøvennlig profil. Hovedgrunnen for å delta på et slikt tilbud var interessen for natur og historie, i tillegg til muligheten for å lære noe nytt om klima og miljø.

3.0 Områdebeskrivelse

Mimisbrunnr Klimapark 2469 ligger i Lom kommune oppe på Juvflye (figur 2), i randsonen til Jotunheimen nasjonalpark, på rundt 1850 moh. Klimaparken er et forsknings- og formidlingsområde for natur, klima og kulturminner.



Figur 2: Bildet viser et oversiktsbilde over Juvflye, og veien fra Juvasshytta til istunnelen.

Arbeidet med å sikre arkeologiske funn førte til et samarbeid mellom mange aktører for å se på mulighetene for å utvikle et forsknings- og visningsområde rundt Juvfonne og Juvasshytta, på Juvflye (Bakken & Finstad 2011a). Aktørene i startfasen var Oppland Fylkeskommune, Lom kommune, Norsk Fjellmuseum, Nasjonalparkriket, Fylkesmannen i Oppland og Statens Naturoppsyn. Disse knyttet til seg ulike fagmiljøer. De mest sentrale er Meteorologisk institutt, NVE, Universitetet i Oslo, Bjerknessenteret og Høyskolen i Gjøvik. På grunn av raske endringer i klimaet og behovet for å finne årsaken til disse, så de på Juvflye som et område som ga mulighet til å la «de besøkende se, sanse og registrere hva som skjer med klimaet, og bidra til å skape en opplevelse av klimaendringer på en ny måte» (Bakken & Finstad 2011a, s.2). Visjonen som ble laget for Klimaparken var å være internasjonalt ledende i forskningsbasert

klimaovervåkning og formidling av samspillet mellom klima, natur og mennesker i et langtidsperspektiv. De skulle bygge opp publikumstilbudet på en slik måte at turistene skulle få innsikt og forståelse for betydningen av de pågående klimaprosessene. De ville at Klimaparken skulle være en kilde til refleksjon over ett av vår tids store spørsmål. For å kunne gi turistene en slik innsikt ble det utviklet et guidetilbud, der guidene i løpet av en totimers tur formidler kunnskap om blant annet klimaendringer, om isbreer og isfonna, flora og fauna, arkeologi, geologi, jakthistorie og norrøn mytologi.

Klimaparken ble etablert som et AS i 2011 og eies nå av Oppland Fylkeskommune, Lom kommune og Norsk Fjellmuseum (Bakken & Finstad 2011a). Det er Fjellmuseet som har ansvaret for driften. For å kunne drifte og utvikle Klimaparken har det vært nødvendig med økonomiske støtte fra ulike aktører. Sparebankstiftelsen DnB NOR har gitt pengegaver til tilrettelegging av stier, gangbaner og klimautsikt, og til formidlingsstasjoner langs gangbanen. Årlig blir det bevilget penger til Klimaparken over statsbudsjettet. Oppland fylkeskommune, SNO og Innovasjon Norge har bidratt med støtte. Motivet for alle disse er at Klimaparken er et klima- og miljøtiltak som er rettet mot undervisning og kunnskapsformidling, i tillegg til at det er nært nasjonalparken. De som eier Klimaparken har opplevd at det er mange som ønsker å knytte seg til dette unike prosjektet, og bidra til å utvikle det. (Personlig meddelelse, Bakken, 2015)

En del av Klimaparken består av en istunnel som er bygget inne i Juvfonne. Prototypen til istunnelen sto ferdig våren 2010, og den fikk 2500 besøkende den korte tiden den var åpen for besøkende (Bakken & Finstad 2011a). I løpet av 2010 og 2011 smeltet Juvfonne så mye at prototypen ble ødelagt. Derfor ble det i løpet av høsten 2011 og våren 2012 bygget en ny istunnel, et stykke bortenfor den opprinnelige. Her kunne tunnelen bygges dypere inn i fonna, og da den sto ferdig var den 70 meter lang.

Det ble laget en ny strategiplan for 2013-2017. Her var visjonen «En åpen port til frossen fortid og ny innsikt», og slagordet er: «Vet dere nok eller hva?», som er hentet fra Eddadiktet Voluspå (Bakken & Finstad 2011b). Her er det listet opp kjernemålgrupper som er selskapets satsning; Barn og unge, utdanningsinstitusjoner, turister i grupper eller som individuelt reisende og alle som ønsker bedre kunnskap i klimaspørsmål og sammenhengene mellom

klimaendringer og menneskets levkår i fjellet. Med så mange og ulike grupper, kan man i hovedsak si at de har ambisjoner om å ha et opplegg som passer for alle.

Formidlingen foregår fra mai til september/oktober. Fra slutten av juni til slutten av august er det daglige åpne guidete turer, det vil si at hvem som helst kan møte opp og bli med på tur. Ellers er det bestilte gruppeturer.



Figur 3: Bildet viser turister som følger etter guiden på gangbanen i Klimaparken. Foto: Landskapsfabrikken

Turen starter på Juvasshytta og ender i istunnelen inne i Juvfonne. Avstanden å gå er ca. én km. I 2013 ble det bygget en gangbane (figur 3) som har gjort det lettere å komme seg til tunnelen, ettersom folk slipper å gå i steinura. På veien bort til istunnelen formidles kunnskap om ulike temaer, med synlige eksempler på veien. Det ble i 2014 satt opp noen informasjonsskilt langs gangbanen, med tegninger, bilder og forklaringer. I starten av turen gjør guidene turistene kjent med området, peker på de høyeste toppene og forteller litt historie om førstebestigningene og om Juvasshytta. Videre er det viktig at turistene blir informert om forskjellen på en bre og en isfonn, og de får ved å hoppe på bakken og ved forklaring lære hva permafrost er. Issmelting i bre, fonn og permafrost er utgangspunktet for formidlingen om klimaendringer. Guidene forteller om plante- og dyrelivet som finnes på Juvflye. På veien kommer man til noen gamle buestillinger (halvmåneformede steinmurer som jegere gjemte seg bak i forbindelse med jakt). Her formidles jakthistorie, og guidene viser noen av de arkeologiske funnene som har kommet til syne ved nedsmeltingen av fonna. Utenfor

tunnelen formidles områdetets geologi og istider, og guidene viser turistene hvor mye isen har smeltet de siste årene. Inne i tunnelen er alle isskulpturer inspirert av norrøn mytologi, derfor får de besøkende en innføring i dette i tillegg til læring om isen. På slutten vises det en film om hvordan tunnelen ble bygget og en film om jakt. Dette skjer inne i en del av tunnelen som er formet som et auditorium (figur 4). Etter filmene er guidingen over, og turistene får gå fritt tilbake til Juvasshytta.

Alle guidene har laget sitt eget opplegg for guidingen, derfor varierer turen avhengig av guidens kunnskaper og interesser. Guidene prøver å tilpasse turen avhengig av hvem som er med. Turen blir endret noe avhengig av hva de besøkende er interessert i. I starten av turen oppfordres de besøkende til å spørre spørsmål, og vi pleier å spørre de noen spørsmål for å få samtalen i gang. Noen grupper etablerer tidlig en kultur for å stille mange spørsmål, mens andre forholder seg helt tause hele turen. Derfor blir ingen tur helt lik.

Turen går to ganger om dagen, klokka 10.30 og 14.00. Prisen for en voksen er 300 kroner, for barn er prisen 150. Det opereres også med familiepriser på 700 kroner for to barn og to voksne, med 50 kroner per ekstra barn. Det er ingen student- eller honnørpris. Turistene kan bestille turen på forhånd, via Klimaparkens egen mailadresse, eller de kan møte opp direkte på Juvasshytta.

4.0 Problemstillingene

Tidligere studier viser at de som deltar på aktiviteter med læring har noen bestemte sosiodemografiske kjennetegn (Chen et al. 2006; Holovan 2010; NINA 2012; Powell & Ham 2008; Tangeland & Aas 2011). Derfor vil det i denne studien bli undersøkt hvem Klimaparken appellerer til.

Litteraturgjennomgangen viser at hvis interpretasjonen utføres på riktig måte har den potensial til å øke turistenes tilfredshet, forståelse, verdsettelse og muligens endre atferd som følge av en guidet tur. Litteraturen viser også at denne kunnskapen om rollen til guiden ikke er svært utbredt. Det er ikke funnet noen forskning på effektene av natur- og kulturformidling i naturen fra de nordiske landene. Ulike aktører påpeker at stadig flere blir opptatt av å ha en

ferie hvor de lærer noe underveis, og at de er mottagelige for veiledning i feriemodus. Denne undersøkelsen skal derfor prøve å finne svar på om dette stemmer; om turistene liker å lære noe når de er i feriemodus, og hva de liker best å lære noe om. Den vil også se på om formidlingen har ført til økt interesse for klimaendringer og naturvern, noe som kan komme naturmiljøet til gode.

Litteraturen viser at guidene trenger tilstrekkelig med kunnskap og formidlingsevne for å kunne bidra til at turistene får forståelse og ønske om bevaring. Det blir også diskutert et behov for en sertifiseringsordning for å kvalitetssikre guidene. Undersøkelsen vil prøve å finne ut hva turistene mener om en slik sertifiseringsordning.

Selv om Haaland og Aas påpekte i 2006 at mange sertifiseringsordninger ville føre til forvirring, er det de seinere årene blitt etablert en stor mengde sertifiseringsordninger i Norge. Klimaparken ser ut til å være et produkt som kan oppfylle mange av kravene for å bli sertifisert som en økoturismebedrift. Klimaparken er natur- og kulturbasert, den prioriterer lokal arbeidskraft, og i tillegg er formidling og læring en sentral del. Det etterstrebes å ha en miljøvennlig drift ved at elektrisiteten i tunnelen lages av et solcellepanel og en vindturbin. Sommeren 2014 kjørte guidene en egen el-bil til jobb. Det er derfor interessant å se hva turistene mener om en slik ordning.

I tråd med dette, har følgende problemstillinger blitt satt opp:

A: Hvilke sosiodemografiske kjennetegn har de besøkende i Klimaparken?

B: Lærte turistene noe i løpet av den guidede turen, og likte de å lære noe underveis? Hva likte turistene å lære noe om?

C: Fører formidlingen i Klimaparken til økt lærevilje og lyst til videre formidling til andre personer? Får de besøkende økt interesse for klimaendringer og naturvern som følge av formidlingen?

D: Synes turistene at guide- og økoturismesertifiseringsordninger vil gjøre det mer attraktivt å delta på turen?

5.0 Metode

5.1 Valg av metode

I studien ble det benyttet en kvantitativ metode, med spørreskjema som datagrunnlag. Problemstillingen og caseområdet var i denne oppgaven utgangspunktet for valg av metode. Bruk av spørreskjema ble valgt fordi det var ønskelig å få data fra en stor andel av de besøkende. Det var ønskelig å kunne se på sammenhenger og si noe generelt om de som besøker Klimaparken, deres tanker og meninger om turen. Målet var å kartlegge turistenes umiddelbare inntrykk rett etter endt tur. Spørreskjemaet ble derfor delt ut inne i istunnelen som en avslutning på guidens formidling. Som guide og forsker ble det naturlig å observere de besøkende som en del av forskningsgrunnlaget.

5.2 Spørreskjemaet

Spørsmålene i spørreskjemaet ble laget med inspirasjon fra spørreskjemaet i studien til Weiler og Ham (2010). Dette spørreskjemaet er foreslått for at flere skal bruke samme mål på effektene av interpretasjon, for å unngå villedende resultater, og for at det skal bli lettere å sammenligne ulike studier. Spørsmålene ble også utformet med tanke på å kunne besvare problemstillingene i denne studien. Spørreskjemaet (se vedlegg 2 og 3) består av 12 prekodete spørsmål, det vil si oppgitte svaralternativer på alle spørsmålene (Johannessen et al. 2011), og en åpen rute hvor respondentene kunne komme med kommentarer. På spørsmålet om alder kunne respondentene skrive inn dette selv. På det engelske spørreskjemaet var også hjemland en åpen rute. Ved utforming av spørreskjemaet ble det fokusert på at antall spørsmål skulle kunne holdes innenfor to sider, fordi det da kunne skrives ut på et dobbeltsidig A4-ark. Dette ble etterstrebet på grunn av at mange spørsmål gir en fare for lav svarprosent, og ofte er det bare de som er ivrigst som tar seg tid til å svare (Johannessen et al. 2011, s.291). Det ble fokusert på å ha få, men et tilstrekkelig antall spørsmål. Kort spørreskjema var spesielt viktig fordi det er kaldt og mørkt i tunnelen, og turen har allerede hatt en varighet på rundt to timer når skjemaene ble utdelt.

5.3 Utforming av spørreskjemaet

På det første spørsmålet skal turistene gradere hvor mye de selv synes at de lærte i løpet av turen (se vedlegg 2 og 3). Neste spørsmål skal gradere om de likte å lære noe underveis. Begge disse spørsmålene knytter seg direkte til den andre problemstillingen i denne oppgaven. Det

var viktig å ta med begge disse spørsmålene for å kunne svare på problemstillingene. Selv om turistene lærte noe, er det likevel ikke sikkert at de likte det de lærte. Svaralternativene ble utformet som en Likert-skala med gradering fra én til sju på begge spørsmålene. Dette ble valgt med bakgrunn i hva Johannessen et al. (2011, s.290) skriver i sin lærebok om forskningsmetode: «vår erfaring er at det bør være minst 5 verdier, og om man bruker 5, 6 eller 7 verdier, er en smakssak som ikke har noen spesiell praktisk betydning. Blant forskere er det ulik oppfatning om hvorvidt det skal være en nøytral kategori». En sjudelt skala ble valgt fordi det var ønskelig med en nøytral verdi, og det var ønskelig å fange opp så mye variasjon som mulig.

På det tredje spørsmålet om hva turistene satte mest pris på å lære noe om ble det åpnet for å huke av på flere alternativer, fordi mange antagelig ville synes det hadde vært vanskelig å bare velge ett tema. Å vite hva de verdsetter å lære om er viktig for guidene som formidlere, og det kan være viktig å se for andre kunnskapsformidlere.

Spørsmål 4, 5, 6 og 7 er alle knyttet til den tredje problemstillingen i oppgaven. Et ja-svar på spørsmål 4, 5 og 6 viser at guiden klarte å skape en interesse hos turisten. Disse tre spørsmålene er også med på å bygge opp under spørsmål 7. Alle disse spørsmålene ble utformet med alternativene ja, nei og vet ikke. 4, 6 og 7 fikk også med en ekstra ja-kategori, for at turistene skulle få mulighet til å svare litt mindre bastant og for å få med flere nyanser av vurderinger. På spørsmål fem er det lettere å svare enten eller. Det var viktig å åpne for en «vet ikke»-kategori på disse spørsmålene for de som er usikre eller ikke forstår spørsmålet. Spørsmål 7 har i tillegg en mulighet for de som mener de allerede er interessert i klimaendringer og naturvern fra før.

Spørsmål 8 skal svare på den fjerde problemstillingen. For å kunne svare på disse påstandene trengs det forkunnskap om det etterspurte, derfor var det behov for en forklaring før spørsmålet ble stilt. Det ble igjen benyttet en Likert-skala for å kunne fange opp så mye variasjon som mulig.

De fem neste spørsmålene dreier seg om sosiodemografi. Disse spørsmålene var nødvendige for å kunne si noe om hvem som er turister i Klimaparken. I tillegg er det interessant å se om svarene på de foregående spørsmålene varierer ut i fra sosiodemografiske forhold.

5.4 Forstudie

Før skjemaet ble ferdigstilt ble det gjort en forstudie. Spørreskjemaet ble først delt ut til familiemedlemmer, guidene og sjefene i Klimaparken, slik at de kunne komme med tilbakemeldinger. Deretter ble det delt ut til turister den 29. og 30. juni. Til sammen var det 17 turister som svarte på denne forstudien. Ved å observere og lytte til kommentarene og spørsmålene som ble stilt underveis, ble det funnet diverse svakheter som måtte endres.

På bakgrunn av en kommentar fra en turist, ble det tatt inn et ekstra svaralternativ på spørsmål 7. Dette var alternativet «Jeg er allerede veldig interessert». Han påpekte at det var vanskelig for han å svare, fordi han allerede var interessert, dermed synes han det ble feil å svare enten ja eller nei. Dette ble også påpekt ved utdeling av spørreskjemaene. På spørsmål 8 var det svært mange som lurte på om guidene i Klimaparken var sertifiserte, og om Klimaparken var økoturismesertifisert. Derfor ble det påpekt i forklaringene at ingen av delene var sertifisert.

5.5 Presentasjon av spørreskjemaet til turistene

Spørreskjemaene ble tilbudt turistene som en avslutning på turen inne i istunnelen (figur 4). Guidene sa at det denne sommeren ble utført en kort undersøkelse for å se hva de besøkende synes om turen. Det ble sagt at undersøkelsen var laget av ledelsen for Klimaparken for å kunne se hva turistene synes om turen og om de var fornøyd med opplegget og guidene. Dette ble gjort for å unngå at turistene skulle svare mindre ærlig på spørsmålene, noe de kunne ha gjort hvis de hadde følt at de svarte direkte til guidene.

Det ble sagt at spørreundersøkelsen ville ta dem fem minutter. Det var imidlertid svært varierende hvor lang tid respondentene brukte. Noen spurte, av ulike årsaker, om de heller kunne svare når de kom tilbake til Juvasshytta. Av de som fikk med seg spørreskjemaet tilbake dit, ble det en lav svarprosent. Årsaken kan være at de allerede hadde glemt det da de kom tilbake, at de ikke fant en av guidene når de skulle levere det tilbake eller at de egentlig ikke hadde lyst til å svare.



Figur 4: Bildet viser hvor turistene svarte på spørreskjemaet. Sittende på benkene av is. Foto: Johan Wildhagen

5.6 Antall besøkende, antall svar og antall spurt

Utdelingen av spørreskjemaer startet den 2. juli og ble avsluttet 24. august. Til sammen registrerte guidene at det var 2206 besøkende i denne perioden. Det ble skrevet dagboknotater for hver tur over hvor mange som ble spurt og hvor mange som svarte. Til sammen ble 1214 spurt om å svare på spørreskjemaet, og 416 svarte. I følge Fjellmuseet skal det ha vært 2887 besøkende i juli og august. Av de som ble spurt, var det 34 prosent som valgte å svare. Av alle besøkende i perioden 2.juli – 24. august var det 14 prosent som svarte.

5.7 Analyseverktøy

For å analysere spørreskjemaene ble analyseverktøyet Microsoft Excel 2010 benyttet. De univariate, bivariate og trivariate analysene er laget ved hjelp av pivottabeller. For å sammenligne grupper ble det gjennomført en uparet t-test med antatt ulik varians mellom utvalgene.

5.8 Databearbeiding

Alle spørreskjemaene ble tildelt løpenummer fra 1 til 416. Spørsmålene i spørreskjemaene ble tildelt variabeltittel. For eksempel spørsmål 1, ble variabel S1, osv. Det ble også laget to ekstra variabler for dato og turnummer. Svaralternativene på spørsmålene ble kodet med tall. Alle skjemaene ble manuelt kodet inn i et excelark. Alle kommentarene ble notert i et eget skjema.

Det er ikke mulig å kjøre analyser i Excel når en rute er blank, derfor ble halve spørreskjemaer fjernet. Videre ble det fjernet 6 spørreskjemaer. Årsakene til dette var at de hadde huket av

på begge kjønn og skrevet flere aldre, eller på grunn av mangler på sosiodemografiske spørsmål. Etter fjerning av disse skjemaene, ble fordelingen slik:

Tabell 1 viser en oversikt over antall ubesvarte spørsmål.

Variabelnavn	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7_1	S7_2	S8_1	S8_2	S9	S10	S11	S12	S13
Ubesvarte spørsmål	0	9	0	2	0	0	1	17	9	28	0	2	1	3	3

Alternativet «vet ikke» og ubesvarte spørsmål ble fjernet fra de spørsmålene der dette var relevant. Det ble sett på om det var noen tendens til hvem som ikke svarte. For alle spørsmål gjaldt dette i hovedsak aldersgruppen over 61. Spørsmål 7 og 8 har to spørsmål i samme boks. Her kan respondentene ha trodd at de svarte på begge ved å huke av på første.

Ettersom alder var noe respondentene selv skulle føre inn i skjemaet var det i databehandlingen et behov for å gruppere denne aldersfordelingen. Alderskategoriene ble: Under 19, fordi det inkluderer de som fullførte videregående den sommeren. 20-30 er ofte barnløse og tar utdanning (i alle fall for de som tar høyere utdanning). Alderen 31-45 har små barn og i skolealder. For aldersgruppen 46-61 år begynner barna å flytte hjemmefra. Siste kategori er eldre enn 61 år, da det er mulig å gå av med pensjon. På spørsmålet om yrkesstatus var det fem mulige svaralternativer. Ettersom det var svært få i kategoriene trygdet, pensjonister og annet, var det et behov for å samle disse respondentene i en felles gruppe.

5.9 Analyse av spørreskjema

I analysen av spørreskjemaet blir det brukt univariat, bivariat og trivariat analyse. Det ble også brukt t-tester for noen grupper.

Univariate analyser ble benyttet for å få en oversikt over de sosiodemografiske kjennetegnene. Resultatene ble funnet ved å benytte en pivottabell. I de bivariate analysene ble det benyttet pivottabeller for å lage krysstabeller med to variable. I tillegg ble gjennomsnitt og standardavvik regnet ut. Det ble laget krysstabeller for alle spørsmålene fra 1 -8, med en oversikt over fordelingen av sosiodemografiske forhold.

I den trivariate analysen ble det også benyttet pivottabeller for å lage krysstabeller med tre variable. Til denne delen av analysen ble det valgt ut spørsmål der de sosiodemografiske forholdene varierte mest. For alle analysene ble resultatene overført til tabeller som ble laget

i Microsoft Word. Med bakgrunn i den trivariate analysen ble gruppene som skilte seg ut testet for om det var signifikante sammenhenger ved hjelp av en uparet t-test.

5.10 Generaliserbart

Hvis funnene i denne studien er relevante for personer, steder eller begivenheter som ikke er undersøkt, kan de kalles generaliserbare (Halvorsen 2008). Mimisbrunnr Klimapark 2469 er den eneste av sitt slag, det finnes ingen andre istunneler i Norge. En del av spørsmålene som ble stilt i spørreundersøkelsen knytter seg til læringsaspektet ved turen, det er ingen spørsmål som knytter seg direkte til opplevelsen av istunnelen. På den måten kan funn fra disse spørsmålene muligens være gjeldende også for andre guidede kunnskapsturer. Spørsmålene om sertifisering er direkte knyttet til den spesifikke turen i Klimaparken, og blir derfor vanskeligere å generalisere. De kan likevel si noe om holdningene til sertifiseringsordninger.

5.11 Mulige feilkilder

I denne delen vil det bli vurdert om resultatene kan være påvirket av de metodene som er blitt brukt for innsamling, utvalg, bearbeiding og analyse av informasjon. Videre redegjøres det for noen feilkilder som kan ha påvirket resultatene:

Sviktende validitet

Målevaliditet går ut på å undersøke om de indikatorene som ble benyttet, måler hva de er ment å måle (Halvorsen 2008). Det ble prøvd å etterstrebe et spørreskjema som skulle svare på problemstillingene i studien. Etter innsamling og analysing av datamaterialet har det blitt oppdaget ulike svakheter som kan føre til svekket gyldighet. Noen respondenter hadde problemer med å forstå enkelte spørsmål. At guidene var til stede når respondentene skulle svare var en fordel fordi de kunne spørres oppklarende spørsmål. På den måten kan noe av dette problemet ha blitt unngått. Noen spørsmål er ubesvarte. Dette kan bety at man ikke forsto, at man overså spørsmålet, eller at man ikke ville ta stilling til spørsmålet.

Noen lot være å lese de innledende forklaringene på spørsmål 8, og spurte heller muntlig om guidene og Klimaparken er sertifiserte. Mange endret svaret når det ble forklart at ingen av delene er sertifiserte, og noen uttrykte at de synes spørsmålet var vanskelig å svare på. Dette svekker gyldigheten til svarene på disse påstandene. Etter noen uker ble det vurdert å føre inn et «vet ikke» alternativ på dette spørsmålet, men Johannessen et al (2011) påpeker at når

spørreskjemaet først er tatt i bruk, skal det ikke endres. Påstandene inneholder en nøytral verdi, dermed kunne de som var usikre huket av på denne.

Sviktende reliabilitet:

Reliabilitet beskriver hvor pålitelige målingene er (Halvorsen 2008). Når spørreskjemaene ble delt ut hendte det at folk valgte å svare sammen. Dette kan ha ført til at man påvirket hverandres svar, og at noen svarte noe annet enn de ellers ville ha gjort. Guidene prøvde å oppfordre til at turistene skulle svare alene, men når alternativet var at de lot være å svare, var det heller ønskelig at de svarte sammen. Diskusjon med hverandre kan ha ført til at spørsmålene ble lettere å forstå og svare på. Det var viktig å ikke lage for strenge regler, for å unngå en dårlig opplevelse på slutten av turen. Johannessen et al (2011) påpeker at respondentene kan foreta en sensurering eller redigering av svaret sitt i en sosialt ønsket retning, det vil si at de endrer svaret slik at de føler svaret blir mer sosialt akseptert og mer i tråd med det som er forventet. Feilkilden kontrolleffekter ligner også noe på dette. Det går ut på at de som undersøkes blir påvirket eller endret av at de blir undersøkt, ved at de svarer det de føler er riktig (Halvorsen 2008).

Skjevheter i utvalget:

Det kan ha oppstått noen skjevheter i utvalget på grunn av at spørreskjemaene ikke ble tilbudt alle besøkende, og fordi noen valgte å ikke svare. For hver tur ble det forsøkt å observere årsaken til at de besøkende ikke ville svare på spørreundersøkelsen. Dette ble notert ned på et ark, sammen med antall deltagende på turen, antall som ble spurt, antall som svarte og antall barn. På de fleste turene var det vanskelig å se noen tydelige årsaker til bortfall.

Videre følger en oppsummering av årsakene til at folk ikke svarte: En gjentatt kommentar fra eldre personer var at de ikke hadde med seg lesebrillene sine, og derfor ikke hadde mulighet til å svare. At folk var kalde er hovedårsaken til at folk ikke ville svare på skjemaet. En del utenlandske avsto fra spørreskjemaet fordi de mente de var for dårlige i engelsk. Vi oppdaget at når gruppene var store, 15-20 stk, var det få som svarte, samtidig som folk gikk uten å forklare hvorfor. I grupper på under ti var det mye mer sannsynlig at alle svarte, og hvis de ikke svarte oppga de ofte forklaring på hvorfor. Årsaken kan være at vi som guider får bedre kontakt med de besøkende når det er få i gruppen. Noen skrøt av turen, men gikk bare ut. Andre sa at turen var bra som den er, så det var ingen vits å svare på skjemaet. Ofte var det

barna som ikke ville at foreldrene skulle svare, eller så sa foreldrene at de måtte gå på grunn av barna.

Ut i fra årsakene og fra egen observasjon kan det se ut til at eldre personer, og barn er underrepresentert blant respondentene, sammenlignet med de som besøker Klimaparken. Det er vanskelig for barna å svare, og mange er for små til at de klarer å svare. Likevel ble barna som ønsket å svare inkludert i undersøkelsen. I utgangspunktet var det tenkt å ikke inkludere de mindreårige, derfor er spørsmålene utformet med tanke på at det er en voksen som skal svare. Noen av spørsmålene er dermed krevende å ta stilling til for et barn. Jeg valgte å inkludere barna, fordi inntrykket er at de besøkende i hovedsak er barnefamilier. Derfor er også barn sine meninger på mange av spørsmålene relevante. Mange av barna fikk hjelp av foreldrene sine, og slik sett har de antageligvis blitt påvirket av foreldrene. I noen tilfeller førte barn sin iver etter å svare til at foreldrene ble igjen for å svare på skjemaet.

Det var en del grupper som ikke ble spurt, og her følger noen årsaker til det. Ved flere store grupper i tunnelen samtidig lot vi ofte være å spørre den første gruppa, fordi den andre gruppa da måtte stå lenge ute og vente. Dermed risikerte vi at de ville bli kalde. Noen dager var prosjektoren ødelagt. Uten denne var det ikke nok lys inne i tunnelen, og det ble derfor umulig å svare inne. Uten prosjektor får vi heller ikke vist film, og turen blir dermed noe annerledes.

Feil ved koding, registrering og beregning

Ettersom spørreskjemaene ble plottet inn i excelarket manuelt er det større mulighet for feilplotting enn ved elektronisk undersøkelse. De menneskelige feilene kan komme til uttrykk ved koding, registrering og beregning.

Effekt av analyseopplegget

Noen spørreskjemaer ble utelatt på grunn av manglende svar. Ikke alle svarte på alle spørsmål, derfor er det ikke 400 respondenter på alle spørsmålene.

6.0 Resultater

6.1 Hvem besøker Klimaparken?

Av utvalget på 400 respondenter er det 54 prosent kvinner og 46 prosent menn. Det er dermed en overvekt av kvinner blant de som besvarte spørreskjemaet. Gjennomsnittsalderen for de besøkende i Klimaparken er 40 år. 31-45 år er den største aldersgruppen av respondenter, med 35 prosent (Se tabell 2 i vedlegg 1). Det er færrest respondenter i aldersgruppen 20-30 (10 prosent) og eldre enn 61 år (10 prosent). Dette kan vise at Klimaparken er en attraksjon som tiltrekker barnefamilier, ettersom de under 20 utgjør 19 prosent. Nesten halvparten (46 prosent) av respondentene har mer enn tre år med utdanning fra universitet eller høyskole (Se tabell 3 i vedlegg 1). Dette er et svært høyt tall. For de tre resterende utdanningsnivåene er prosentfordelingen relativt jevn. Alternativet grunnskole inkluderer også de respondentene som fremdeles går på grunnskolen.

Bostedsgruppen med flest respondenter er resten av Øst-Norge (31 prosent), dvs. de som er fra andre deler av Østlandet enn Gudbrandsdalen (se tabell 4 i vedlegg 1). Det er også en betydelig del fra Gudbrandsdalen som besøker Klimaparken, 12 prosent. Med tanke på at Klimaparken har vært åpen for besøkende en del år, er det interessant å se at folk fra regionen fremdeles besøker attraksjonen. Det er mest naturlig at folk fra lokalområdet søker en attraksjon når den er nyetablert. Av utlendinger er det flest fra Tyskland (11 prosent) og Nederland (7 prosent). Nordmenn utgjør 68 prosent av de besøkende, og de utenlandske utgjør 33 prosent.

70 prosent av de som deltok i undersøkelsen er yrkesaktive (se tabell 5 i vedlegg 1). Ettersom Klimaparken er en attraksjon som koster litt, er dette en ganske naturlig fordeling. I tillegg til billettprisen i Klimaparken opererer Juvasshytta med bompenger for å kunne kjøre opp til Juvflye, dermed kommer det i tillegg. 21 prosent av de besøkende er studenter, dette er inkludert elever som tar videregående- og grunnskoleutdanning. De trygdede, pensjonister og annet, utgjør til sammen 12 prosent.

6.2 Bivariat analyse

Tabell 6. «Hvor mye vil du selv si at du lærte i løpet av denne turen?». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1=Svært lite, 7= Svært mye. Prosent.

		1	2	3	4	5	6	7	Sum	Gj.-snitt	Standard-avvik	(N)
Kjønn	Kvinne	0	0	2	5	24	29	40	100	5,99	1,03	(216)
	Mann	0	0	2	8	29	37	24	100	5,75	0,97	(184)
Alder	<20	0	0	1	4	27	39	29	100	5,89	0,92	(74)
	20-30	0	0	5	8	26	33	28	100	5,72	1,12	(39)
	31-45	0	0	1	6	24	34	35	100	5,96	0,96	(138)
	46-61	0	0	1	6	28	30	35	100	5,92	0,98	(111)
	> 61	0	0	8	10	26	24	32	100	5,61	1,26	(38)
	Utdanning	Gr.skole	0	0	1	8	26	37	28	100	5,82	0,98
	Videreg.	0	0	3	7	31	29	30	100	5,77	1,04	(83)
	3-årig	0	0	1	9	17	36	37	100	5,99	1,01	(70)
	Mer enn 3 år	0	0	2	5	27	32	34	100	5,91	1,00	(182)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	0	0	1	7	26	33	33	100	5,90	0,98	(276)
	Student	0	0	4	6	23	39	28	100	5,82	1,03	(82)
	T/P/A	0	0	5	5	31	21	38	100	5,83	1,15	(42)
Bosted	Norge	0	0	2	8	29	30	31	100	5,80	1,03	(270)
	Utlandet	0	0	2	3	19	39	37	100	6,05	0,95	(130)
Alle		0	0	2	6	26	33	33	100	5,88	1,01	(400)

T/P/A tilsvarer trygdet, pensjonister og annet.

Tabell 6 viser hvor mye de besøkende lærte, fordelt etter sosiodemografiske faktorer. I tillegg er gjennomsnitt, standardavvik og antall i hver kategori angitt. Nederst er totalfordelingen for alle respondentene. «Alle»-raden viser at for alle respondenter sett under ett var gjennomsnittet svært høyt, med lite variasjon. Overvekten av respondentene svarer i læringsgrad 6 eller 7 - altså meget høye grader av læring. Begge gradene har en svarandel på

33 prosent. Ingen av respondentene har svart at de lærte i grad 1 eller 2. Det er svært små svarforskjeller i gjennomsnittet mellom de ulike sosiodemografiske gruppene.

Selv om det er små forskjeller, vil det videre trekkes fram noen av de som viser seg i tabellen. Den største svarandelen blant kvinner finner vi i læringskategori 7, hele 40 prosent. Mennene har en svarandel på 16 prosentpoeng mindre i denne kategorien. Mennene har sin høyeste svarandel i læringskategori 6. 31- 45 år er den aldersgruppen som i gjennomsnitt synes at de lærte mest av de ulike aldersgruppene, aldersgruppen over 61 har lavest gjennomsnitt. Respondenter med høyere utdanning har høyest gjennomsnitt, og respondentene med utdanning fra videregående synes de lærte minst i denne gruppen. Respondentene bosatt i utlandet har det høyeste gjennomsnittet av alle i denne tabellen, og i grad 6 og 7 har de en svarandel på 15 prosentpoeng mer enn nordmennene.

Tabell 7 viser at hele 56 prosent krysset av for kategori 7, og så mange som 85 prosent av respondentene huket av for kategori 6 eller 7. Dette viser at respondentene i svært stor grad likte å lære noe underveis. Sammenlignet med gjennomsnittet av i hvilken grad de lærte noe, er gjennomsnittet av i hvilken grad de likte å lære noe, betydelig høyere. Standardavviket er noe mindre her enn på forrige spørsmål. Det er igjen svært små svarforskjeller i gjennomsnittet mellom de ulike sosiodemografiske gruppene.

Som på forrige spørsmål er det igjen flest kvinner som svarer at de likte å lære i grad 7, men her er forskjellen mellom kjønnene noe mindre. De ulike aldersgruppene har svært like prosentfordelinger på de ulike gradene. Personer med 3-årig utdanning er de som i gjennomsnitt best likte det å lære noe i løpet av turen, og det er denne gruppen som har minst variasjon i hele tabellen. For bosted er det til forskjell fra forrige spørsmål, nordmennene som har flest svar i grad 7. Det er bare utlendinger som har svart i grad 2 og 3.

Tabell 7. «I hvilken grad likte du å lære noe underveis?». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1=I svært liten grad, 7= I svært stor grad. Prosent.

		1	2	3	4	5	6	7	Sum	Gj.-snitt	Standard-avvik	(N)
Kjønn	Kvinne	0	0	0	3	8	28	60	100	6,45	0,80	(210)
	Mann	0	1	1	5	11	30	51	100	6,23	1,03	(181)
Alder	<20	0	1	1	3	8	32	55	100	6,32	1,00	(73)
	20-30	0	0	0	8	5	34	53	100	6,32	0,90	(38)
	31-45	0	1	1	4	7	31	57	100	6,37	0,92	(137)
	46-61	0	0	0	2	14	27	57	100	6,40	0,80	(108)
	> 61	0	0	3	9	11	20	57	100	6,20	1,13	(35)
	Utdanning	Gr.skole	0	2	2	3	8	30	56	100	6,31	1,04
	Videreg.	0	0	0	5	10	29	56	100	6,36	0,86	(80)
	3-årig	0	0	0	1	9	28	62	100	6,51	0,72	(69)
	Mer enn 3 år	0	1	1	4	10	30	54	100	6,29	0,96	(178)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	0	0	1	4	10	30	55	100	6,34	0,90	(271)
	Student	0	1	1	3	8	31	56	100	6,35	0,97	(80)
	T/P/A	0	0	0	8	8	20	65	100	6,43	0,93	(40)
Bosted	Norge	0	0	0	4	10	27	59	100	6,39	0,88	(268)
	Utlandet	0	1	2	4	9	34	50	100	6,25	0,99	(123)
Alle		0	1	1	4	9	29	56	100	6,35	0,92	(391)

Tabell 8. «Har det du lærte på turen økt din interesse for å lære mer om de forskjellige emnene?». 1= Ja, i høy grad, 2= Ja, i noen grad og 3= Nei. Prosent.

	1	2	3	Sum	Gj.-snitt	Standard-avvik	(N)
Alle	43	55	2	100	1,60	0,54	(387)

Fire av ti svarer «Ja, i høy grad» på spørsmålet om økt interesse for de forskjellige emnene (Tabell 8). Ni av ti svarer «ja, i noen grad» eller «ja, høy grad» på spørsmålet. Bare 2 prosent ble ikke interessert i å lære mer om emnene som ble formidlet. Gjennomsnittet er relativt lavt,

noe som indikerer høy interesse i denne sammenheng. Fordelingen av de sosiodemografiske kjennetegnene ble utelatt fra resultatdelen, fordi de viste svært lite forandring mellom de ulike gruppene.

Tabell 9. «Kunne du vært interessert i mer informasjon om ett eller flere av disse temaene?». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1=Ja, 2 = Nei, 3= Vet ikke. Prosent.

		1	2	3	Sum	(N)
Kjønn	Kvinne	73	11	16	100	(216)
	Mann	77	7	16	100	(184)
Alder	<20	77	7	16	100	(74)
	20-30	67	8	25	100	(39)
	31-45	79	8	13	100	(138)
	46-61	75	10	15	100	(111)
	> 61	66	16	18	100	(38)
Utdanning	Gr.skole	80	5	15	100	(65)
	Videreg.	58	19	23	100	(83)
	3-årig	79	7	14	100	(70)
	Mer enn 3 år	80	7	14	100	(182)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	76	10	14	100	(276)
	Student	78	5	17	100	(82)
	T/P/A	64	10	26	100	(42)
Bosted	Norge	79	9	13	100	(270)
	Utlandet	68	10	22	100	(130)
Alle		75	9	16	100	(400)

«Alle» - raden i tabell 9 viser at hele 75 prosent av respondentene kunne vært interessert i mer informasjon om temaene. 9 prosent vil ikke ha det, og 16 prosent «vet ikke» om de vil ha mer informasjon. Det er svært små svarforskjeller mellom de ulike sosiodemografiske gruppene og innad i gruppene. De gruppene som i høyest grad vil ha mer informasjon er de med femårig utdanning og utdanning på grunnskolenivå. De med utdanning fra videregående og de eldre enn 61 år svarer mest nei. Trygdede, pensjonister og annet svarer mest «vet ikke».

Fire personer har skrevet en kommentar ved dette spørsmålet for å underbygge svaret sitt. Første kommentar var fra en person som svarte «nei» i spørreskjemaet og kommenterte:

«guiden var flink til å fortelle». De to neste svarte også nei i spørreskjemaet og kommentarene var, «super guide» og «nei, ikke her». Den siste personen svarte ja i spørreskjemaet og kommenterte, «men alt var bra =)».

Tabell 10. «Kommer du til å formidle det du har lært i løpet av denne guidede turen til venner og/eller familie?». 1=Ja, helt sikkert, 2= Ja, trolig og 3= Nei. Prosent.

	1	2	3	Sum	Gj.-snitt	Standard-avvik	(N)
Alle	71	28	1	100	1,29	0,48	(391)

Hvis de som har svart ja på dette spørsmålet formidler det de har lært videre, kommer 99 prosent til å gjøre dette (Tabell 10). Bare en prosent kommer ikke til å gjøre det. Fordelingen av de sosiodemografiske kjennetegnene ble utelatt fra resultatdelen, fordi det var svært lite forandring mellom de ulike gruppene.

Det er 73 prosent som tror de har fått økt interesse for klimaendringer etter besøket i Klimaparken (Tabell 11). 19 prosent mener de allerede er veldig interessert i klimaendringer, og bare 4 prosent mener de ikke har fått økt interesse for klimaendringer.

82 prosent av respondentene som er yngre enn 20 år svarer enten «ja, trolig» eller «ja, helt sikkert» på spørsmålet om økt interesse for klimaendringer som følge av den guidede turen. Blant denne aldersgruppen er det bare 4 prosent som var interessert i klimaendringer fra tidligere. Aldersgruppe 20-30 er de som har høyest prosentandel på alternativet «jeg er allerede veldig interessert». Her er det en stor forskjell mellom aldersgruppen yngre enn 20 år og de fra 20-30, nesten 40 prosentpoeng. De yngre enn 20 år skiller seg klart fra de andre aldersgruppene på dette alternativet.

Tabell 11. «Tror du ditt besøk i Klimaparken vil øke din interesse for klimaendringer?». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1= Ja, helt sikkert, 2= Ja, trolig, 3= Nei og 4= Jeg er allerede veldig interessert. Prosent.

		1	2	3	4	Sum	(N)
Kjønn	Kvinne	39	34	3	20	100	(207)
	Mann	32	42	4	18	100	(175)
Alder	<20	41	41	4	4	100	(66)
	20-30	20	31	0	41	100	(36)
	31-45	32	38	3	23	100	(133)
	46-61	42	35	5	16	100	(109)
	> 61	32	45	5	18	100	(38)
Utdanning	Gr.skole	38	42	6	2	100	(57)
	Videreg.	35	45	1	12	100	(77)
	3-årig	30	40	4	22	100	(67)
	Mer enn 3 år	37	32	3	27	100	(181)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	37	35	3	22	100	(267)
	Student	33	40	4	13	100	(74)
	T/P/A	33	48	5	12	100	(41)
Bosted	Norge	32	41	5	17	100	(257)
	Utlandet	43	31	0	22	100	(125)
Alle		36	37	4	19	100	(382)

Respondenter med utdanning fra grunnskolen er de som svarer mest «ja, helt sikkert» på spørsmålet, men det er også disse som i høyest grad svarer «nei», og bare 2 prosent var interessert i fra før. Respondentene med mer enn 3 år utdannelse er de som allerede er mest interessert i klimaendringer, hele 27 prosent av respondentene i denne gruppen. Utlendingene har svart 11 prosentpoeng mer «Ja, helt sikkert» enn nordmennene. Det er bare nordmenn som svarer nei på dette spørsmålet.

Tabell 12 viser at 37 prosent av alle respondentene mener at de helt sikkert har fått økt interesse for naturvern, og 38 prosent mener de trolig har fått økt interesse for naturvern. Prosentfordelingen er ganske lik som for spørsmålet om økt interesse for klimaendringer, men her er det noen flere som var interessert fra før.

89 prosent av respondentene som er yngre enn 20 år svarer enten ja, trolig eller helt sikkert på spørsmålet om økt interesse for naturvern som følge av den guidede turen. Bare 7 prosent av denne aldersgruppen var interessert i naturvern fra før turen. Igjen er det aldersgruppa 20-30 som er mest interessert fra før.

Tabell 12. «Tror du ditt besøk i Klimaparken vil øke din interesse for vern av naturen?». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1= Ja, helt sikkert, 2= Ja, trolig, 3= Nei og 4= Jeg er allerede veldig interessert. Prosent.

		1	2	3	4	Sum	(N)
Kjønn	Kvinne	42	30	4	25	100	(199)
	Mann	32	47	3	18	100	(171)
Alder	<20	46	43	4	7	100	(68)
	20-30	27	27	5	41	100	(37)
	31-45	36	38	1	25	100	(128)
	46-61	38	39	4	19	100	(104)
	> 61	36	33	6	24	100	(33)
Utdanning	Gr.skole	44	47	5	3	100	(59)
	Videreg.	38	47	0	15	100	(73)
	3-årig	30	39	5	27	100	(64)
	Mer enn 3 år	37	30	3	29	100	(174)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	36	38	3	24	100	(258)
	Student	39	39	5	17	100	(77)
	T/P/A	43	37	3	17	100	(35)
Bosted	Norge	32	42	4	22	100	(246)
	Utlandet	48	29	2	21	100	(124)
Alle		37	38	3	22	100	(370)

De med utdanning på grunnskolenivå eller som fremdeles går på grunnskolen har i likhet med aldersgruppen under 20 år, lavest prosentandel på svaret om at de allerede er interessert, bare 3 prosent. De med mer enn tre år med utdanning er de som har høyest prosentandel som allerede er veldig interessert i naturvern. Utlendingene er igjen de som svarer mest «ja, helt sikkert» på spørsmålet om økt interesse, med hele 48 prosent. Dette er 16 prosentpoeng mer enn nordmennene.

Tabell 13. «Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander: Sertifiserte guider vil gjøre det mer attraktivt å delta på denne turen». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1= Helt uenig, 7= Helt enig. Prosent.

		1	2	3	4	5	6	7	Sum	Gj.-snitt	Standard-avvik	(N)
Kjønn	Kvinne	22	18	9	11	5	8	28	100	3,93	2,37	(209)
	Mann	19	19	8	9	11	11	22	100	3,95	2,27	(182)
Alder	<20	22	8	3	11	12	16	27	100	4,42	2,33	(73)
	20-30	18	21	8	13	16	8	16	100	3,74	2,12	(38)
	31-45	16	24	10	14	7	9	19	100	3,74	2,16	(135)
	46-61	27	17	11	4	3	6	33	100	3,87	2,54	(109)
	> 61	17	19	8	11	8	8	28	100	4,11	2,33	(36)
Utdanning	Gr.skole	30	8	0	11	9	16	27	100	4,16	2,48	(64)
	Videreg.	23	13	13	5	10	10	27	100	4,04	2,38	(79)
	3-årig	22	16	4	19	3	9	28	100	4,01	2,36	(69)
	Mer enn 3 år	16	26	12	9	8	7	23	100	3,79	2,22	(179)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	20	22	11	9	6	7	25	100	3,80	2,32	(270)
	Student	23	10	4	14	12	15	22	100	4,15	2,30	(81)
	T/P/A	18	13	5	13	10	10	33	100	4,45	2,34	(40)
Bosted	Norge	22	17	9	9	7	9	28	100	4,03	2,38	(265)
	Utlandet	18	23	9	12	10	10	18	100	3,75	2,19	(126)
Alle		20	19	9	10	8	9	25	100	3,94	2,32	(391)

«Alle»-raden viser at det er stor spredning i respondentenes svar (Tabell 13). Gjennomsnittet er nesten 4, noe som tilsvarer den nøytrale kategorien. 34 prosent (grad 6 og 7) er helt enige

i at sertifiserte guider vil gjøre det mer attraktivt å delta på denne turen, på andre siden er det 39 prosent (grad 1 og 2) som er helt uenige i denne påstanden. Tabellen viser at respondentenes svar heller mot at de er uenige i påstanden om at sertifiserte guider vil gjøre det mer attraktivt å delta på turen. De under 20 år, med utdanning på grunnskolen og de som er studenter, er de eneste gruppene som har høyere prosentfordeling i svarkategori 6 og 7 enn i 1 og 2. Disse gruppene utgjør trolig mange av de samme respondentene.

Tabell 14. «Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander: Økoturismesertifisering av Klimaparken vil gjøre det mer attraktivt å delta på denne turen». Fordelt etter kjønn, alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). 1= Helt uenig, 7= Helt enig. Prosent.

		1	2	3	4	5	6	7	Sum	Gj.-snitt	Standard-avvik	(N)
Kjønn	Kvinne	19	19	10	15	11	10	17	100	3,76	2,14	(198)
	Mann	16	16	13	16	13	11	14	100	3,86	2,03	(174)
Alder	<20	17	11	3	22	16	17	14	100	4,16	2,04	(64)
	20-30	18	16	5	16	24	8	13	100	3,87	2,04	(38)
	31-45	16	21	15	15	10	8	14	100	3,62	2,00	(131)
	46-61	22	17	14	8	10	10	20	100	3,74	2,25	(105)
	> 61	12	18	9	26	6	12	18	100	4,03	2,02	(34)
Utdanning	Gr.skole	22	10	3	16	17	14	17	100	4,05	2,20	(58)
	Videreg.	21	14	13	13	11	8	20	100	3,83	2,20	(71)
	3-årig	19	13	9	21	12	7	19	100	3,91	2,13	(68)
	Mer enn 3 år	14	23	14	14	10	11	13	100	3,68	1,99	(175)
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	19	20	13	14	10	9	16	100	3,68	2,10	(264)
	Student	18	13	7	18	18	17	10	100	3,94	1,99	(72)
	T/P/A	11	11	8	19	14	8	28	100	4,5	2,09	(36)
Bosted	Norge	17	15	12	15	10	9	15	100	3,78	2,09	(251)
	Utlandet	17	20	7	15	15	12	15	100	3,86	2,08	(121)
Alle		18	17	11	15	12	10	16	100	3,81	2,09	(372)

To respondenter hadde skrevet kommentarer direkte til påstanden om guidesertifisering. Første kommentar var: «Personavhengig, vi hadde rett person på rett sted!» og neste respondent skrev: «veldig god guide!». Det var også tre kommentarer til, som gjelder for begge påstandene. Den første var kun et spørsmålstegn, neste skriver: «Not necessary» og tredje skriver: «usikker på dette. Vi var veldig fornøyd slik det ble presentert i dag.»

Tabell 14 viser at det generelt er stor spredning i respondentenes svar. Gjennomsnittet for alle under ett nærmer seg 4 også på dette spørsmålet, men det er noe lavere her enn på forrige påstand. Standardavviket er også noe lavere. Her er det prosentvis noen flere svar på svaralternativet «helt uenig» (18 prosent), enn på alternativet «helt enig» (16 prosent). Med en svarandel på 17 prosent på alternativ 2 heller respondentene mot å være uenige i at økoturismesertifisering av Klimaparken vil gjøre det mer attraktivt å delta på denne turen. De under 20 år, og de som er trygdet, pensjonister og annet er de eneste gruppene som har en høyere prosentfordeling i svarkategori 6 og 7 enn i 1 og 2.

Tabell 15. «Hva satte du pris på å lære noe om?». Fordelt etter kjønn, alder og nasjonalitet (bosted). Prosentandeler.

		Klima	Arkeologi	Geologi	Jakt-historie	Nor. myt.	Isen	Flora/Fauna	Lokal-området	(N)
Kjønn	Kvinner	68	64	65	64	56	82	74	40	(216)
	Menn	67	60	62	71	54	80	66	46	(184)
Alder	<20	61	53	43	68	55	84	53	41	(74)
	20-30	72	64	72	67	64	85	67	41	(39)
	31-45	74	64	68	69	59	78	78	46	(138)
	46-61	65	66	69	66	52	83	76	47	(111)
	>61	63	61	63	63	39	76	66	29	(38)
	Bosted	Utlandet	75	61	64	60	52	77	67	48
	Norge	64	63	64	70	57	83	72	41	(130)
Alle		68	62	64	67	55	81	71	43	(400)

Tabell 15 viser at flest respondenter satte pris på å lære om isen. Nest høyest prosentandel har alternativet flora/fauna, og på tredjeplass likte respondentene å lære om klima. Ingen huket av på svaralternativet «ingen av delene», derfor er dette alternativet utelatt fra tabellen.

Både kvinner og menn setter mest pris på å lære om isen. Kvinner har en svarandel på ti prosentpoeng mer enn mennene på alternativet flora/fauna. Mennene har en svarandel på ti prosentpoeng mer enn kvinnene på alternativet jakthistorie. Alle aldersgruppene har sin høyeste prosentfordeling på alternativet isen, og lavest for alternativet lokalområdet. De under 20 år liker nest best å lære om jakthistorie, de mellom 20-30 setter pris på formidling om klima og geologi. Alle fra 31 år og eldre har nest høyest prosentandel på alternativet flora og fauna. Nordmenn og utlendinger satte mest pris på å lære om isen. Utlendingene likte nest best å lære om klima. Nordmennene har den nest høyeste prosentandelen for alternativet flora/fauna, dette er alternativet utlendingene likte tredje best. På tredjeplass for nordmennene er jakthistorie.

6.3 Trivariat analyse

Ut i fra resultatene i den bivariante analysen ble det videre bli plukket ut noen av de mest interessante resultatene, og i denne delen studeres de nærmere. Den trivariate analysen inkluderer flere sosiodemografiske forhold, for å se om det da viser seg større forskjeller. På spørsmålet om hvor mye turistene følte at de lærte i løpet av turen er det langt flere kvinner som har huket av på grad 7 enn hva mennene gjør. Det ses videre på om det er andre sosiodemografiske forhold i tillegg til kjønn som gjør at vi kan se hvilken gruppe som mener de lærte mest i denne graden.

Tabell 16 viser at kvinner i alderen 31-45 er de som synes de lærte mest på turen. Prosentandelen for mennene i denne aldersgruppen er 24 prosentpoeng lavere. En kan se at kvinner med treårig utdanning er de som klart synes de lærte mest. Menn med samme utdanningslengde har en svarandel som er hele 34 prosentpoeng lavere for denne graden av læring. Kvinner i kategorien trygdet, pensjonister og annet har en svarandel på 22 prosentpoeng høyere enn menn i samme kategori. Kvinnelige studenter har en 20 prosentpoeng høyere svarandel enn mannlige studenter i grad 7. Det er de kvinnelige utlendingene som synes de lærte mest i løpet av den guidede turen, 21 prosentpoeng høyere svarandel enn utenlandske menn og 11 prosentpoeng høyere svarandel enn for norske kvinner.

Tabell 16. Viser andelen som har svart «svært mye» (verdi = 7) på spørsmålet «Hvor mye vil du selv si at du lærte i løpet av denne turen?». Fordelt etter kjønn med alder, utdanning, yrkesstatus og nasjonalitet (bosted). Prosent.

		Kvinne	Menn	Alle
Alder	<20	39	18	29
	20-30	32	24	28
	31-45	45	21	35
	46-61	37	33	35
	>61	40	26	32
Utdanning	Grunnskole	31	26	28
	Videregående	44	17	30
	3-årig	51	17	37
	Mer enn 3 år	36	31	34
Yrkesstatus	Yrkesaktiv	39	26	33
	Student	37	18	28
	T/P/A	48	26	38
Bosted	Norge	36	24	31
	Utlandet	47	26	37
Alle		40	24	

T-test

Med bakgrunn i tabell 16 ble det videre gjennomført noen t-tester for å se om det finnes noen signifikante forskjeller når vi tester de gruppene som skilte seg mest fra hverandre med tanke på kjønn. Det ble testet om disse forskjellene er tilfeldige eller om de er signifikante. I testen ble alle svarkategoriene fra 1-7 inkludert, ikke bare kategori 7. Alle t-testene ble gjort med et signifikansnivå på 0,05.

Først ble det testet om gjennomsnittlig score blant kvinner i alderen 31-45 år er signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn i samme alder. Ved å utføre t-testen ble p-verdien 0,015, og vi kan si at det er en signifikant forskjell mellom hvor mye kvinner og menn i alderen 31-45 år oppgav at de lærte på turen. Det vil si at det er lite sannsynlig at forskjellen mellom kjønnene i denne aldersgruppen skyldes tilfeldigheter. Neste test undersøkte om gjennomsnittlig score blant kvinner med treårig utdanning er forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn med treårig utdanning. P-verdien på 0,099 er høyere enn signifikansnivået,

og en kan derfor ikke si at det er signifikant forskjell mellom disse to gruppene. Hvis signifikansnivået derimot settes til 0,1, kan en si at det er signifikante forskjeller mellom kvinner og menn med et treårig utdanningsnivå. Når det gjelder yrkesstatus var det størst forskjeller mellom kvinner og menn i gruppen trygdet, pensjonister og annet, men ettersom denne gruppen består av få respondenter, ble det valgt å heller se på om det kunne være forskjeller mellom kjønn for gruppen studenter. Gjennomsnittlig score blant kvinnelige studenter var ikke signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant mannlige studenter, p-verdi 0,3. Det ble også testet om gjennomsnittlig score blant kvinner fra utlandet var signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn fra utlandet. T-testen ga en p-verdi på 0,028, som viser at det er en signifikant forskjell mellom hvor mye kvinner og menn fra utlandet oppgav at de lærte på turen.

Tabell 16 viser at det er størst prosentvis skille mellom svarene til menn og kvinner i alderen 31-45 år og menn og kvinner med treårig utdanning. Antageligvis er det mange av de samme personene som har treårig utdanning og er i alderen 31-45 år. Det er derfor interessant å se om en kombinasjon av alderen 31-45 og treårig utdanning kan gi en større signifikant forskjell mellom kjønnene. Det ble testet om gjennomsnittlig score blant kvinner i alderen 31-45 med treårig utdanning var signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn i alderen 31-45 med treårig utdanning. P-verdien ble 0,28, og det er derfor ingen signifikante forskjeller mellom kvinner og menn i alderen 31-45 med en treårig utdanning.

Det ble ikke gjort videre analyser med kombinasjon av flere sosiodemografiske kjennetegn, fordi sammenligningsgruppene blir bestående av svært få respondenter, og statistiske tester derfor ikke var gjennomførbare.

Det er den kvinnelige aldersgruppen 20-30 som i høyest grad likte å lære noe i løpet av den guidede turen, med 32 prosentpoeng høyere svarandel enn mennene i samme aldersgruppe (Tabell 17). Hele 76 prosent av kvinnene med et høyere utdanningsnivå på 3 år likte å lære i grad 7 i løpet av denne guidede turen. Dette er 33 prosentpoeng høyere andel enn mennene med samme utdanningsbakgrunn. Mennene med utdanning fra grunnskolenivå har en svarandel som er 24 prosentpoeng høyere enn kvinnene med samme utdanningsbakgrunn. I denne tabellen er det de norske kvinnene som i høyest grad likte å lære i form av grad 7.

Tabell 17: Viser andelen som har svart «svært mye» (verdi = 7) på spørsmålet: «I hvilken grad likte du å lære noe underveis?». Fordelt etter kjønn med alder, utdanning og nasjonalitet (bosted). Prosent.

		Kvinne	Menn	Alle
Alder	<20	58	51	55
	20-30	67	35	53
	31-45	63	48	57
	46-61	57	57	57
	>61	54	59	57
Utdanning	Grunnskole	42	66	56
	Videregående	68	45	56
	3-årig	76	43	62
	Mer enn 3 år	56	51	54
Bosted	Norge	62	55	59
	Utlandet	56	44	50
Alle		60	51	

T-test

Også for dette spørsmålet skal det testes om det kan finnes noen signifikante forskjeller når vi tester de gruppene som skiller seg mest fra hverandre med tanke på kjønn. I testen ble alle svarkategoriene fra 1-7 inkludert, ikke bare kategori 7. Alle t-testene ble gjort med et signifikansnivå på 0,05.

Det er størst forskjell mellom kjønnene i aldersgruppe 20-30. P-verdien på 0,124 viser at gjennomsnittlig score blant kvinner i alderen 20-30 år ikke er signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn i samme alder. Det er dermed sannsynlig at det ikke er noen reell forskjell mellom de to gruppene. For utdanningsnivå er det to grupper som skiller seg ut. Forskjellen mellom kvinner og menn med utdanning på grunnskolenivå og med 3-årig utdanning. Gjennomsnittlig score blant kvinner med grunnskoleutdanning er ikke signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn med grunnskoleutdanning (p-verdien = 0,42). Derimot er gjennomsnittlig score blant kvinner med treårig utdanning signifikant forskjellig fra gjennomsnittlig score blant menn med treårig utdanning (p-verdi = 0,007). Det vil si at det er svært lite sannsynlig at forskjellen mellom kjønnene med denne utdannelsen skyldes tilfeldigheter.

Trivariat analyse for spørsmålene om økt interesse for klimaendringer og naturvern.

Tabell 11 og 12 viste at utlendingene svarte over ti prosent mer «ja, helt sikkert» på spørsmålene om besøket i Klimaparken vil øke deres interesse for klimaendringer og vern av naturen. Derfor ble det videre laget en trivariat analyse, som inkluderte kjønn og nasjonalitet, for å se om dette kunne vise noen større forskjeller. Det viste seg at utenlandske kvinner i høyest grad mener at besøket i Klimaparken helt sikkert vil øke deres interesse for klimaendringer (55 prosent). Dette er en svarandel som er 21 prosentpoeng høyere enn for norske kvinner og utenlandske menn på dette alternativet, og 23 prosentpoeng høyere enn svarandelen til norske menn. På spørsmålet om besøket i Klimaparken har økt interessen for vern av naturen er det også utenlandske kvinner som har høyest svarprosent på alternativet «ja, helt sikkert» (59 prosent). Denne svarandelen er 21 prosentpoeng høyere enn svarprosenten til utenlandske menn, 24 prosentpoeng høyere enn svarandelen til utenlandske kvinner, og 31 prosentpoeng høyere enn svarandelen til norske menn.

6.4 Andre kommentarer

Til slutt i spørreskjemaet var det en boks hvor respondentene kunne skrive kommentarer. Av de 416 som besvarte spørreskjemaet var det 195 som skrev en form for kommentar. Av disse var det 109 som skrev kommentarer om at det var bra, fin opplevelse, flott, gøy, eller en form for takk. I tillegg var det 6 som hadde tegnet et smilende fjes. 29 personer skrev at det var interessant eller spennende. 21 kommenterte at det var kunnskaps-/lærerikt. 40 respondenter skrev positive kommentarer om guiden eller guidingen, det var ingen negative. To personer påpekte at turen var litt for dyr, men det var også en kommentar om at turen var verdt pengene. Tre personer ønsker seg informasjonen som ble formidlet i et hefte. I tillegg var det noen kommentarer om andre ting (kommentarene kan leses i vedlegg 4).

7.0 Diskusjon

Diskusjonen vil ta for seg resultatene fra de ulike spørsmålene i spørreskjemaet, for å kunne svare på de fire problemstillingene som er presentert tidligere i studien. Observasjoner og kommentarene fra spørreskjemaet vil supplere resultatene for å gi et økt innblikk. Kommentarene vil spesielt brukes fordi de er en verdifull tilleggsinformasjon som gir økt forståelse.

7.1 A: Sosiodemografiske kjennetegn ved turistene i Klimaparken.

Denne delen har til hensikt å se nærmere på sosiodemografiske kjennetegn ved turistene som besøker Klimaparken. I tillegg skal resultatene sammenlignes med hva som er funnet i andre faglige arbeid om hvem som er turister på en interpretasjonstur (målrettet formidling med et budskap, med mål om at turistene skal få økt forståelse og verdsettelse) eller velger ferieaktiviteter med læring. Overvekten av respondentene i undersøkelsen var kvinner. I de tidligere undersøkelsene er det varierende hvilket kjønn som er overrepresentert (Chen et al. 2006; Holovan 2010; Tangeland & Aas 2011). I denne studien var aldersgruppen 31-45 år høyest representert. Alder varierer noe i de tidligere studiene, men de er innenfor intervallet 35 – 55 år (Chen et al. 2006; Holovan 2010; Powell & Ham 2008; Tangeland & Aas 2011). Ut ifra egne observasjoner er langt flere besøkende under 20 enn det som kommer frem i undersøkelsen, og spesielt i barneskolealder og yngre. Dermed virker prosentfordelingen for de andre alderskategoriene i denne studien mer representative for de besøkende i Klimaparken.

Respondentene fra Norge var i hovedsak fra Øst-Norge. Dette er ganske naturlig ettersom disse kan besøke Klimaparken som en dagstur, eller ved hjelp av en overnatting. Som nevnt i resultatdelen er det interessant at en så stor del er fra regionen, og at folk kommer tilbake flere ganger. Noe av årsaken kan være at det har vært to tunneler i løpet av den tiden Klimaparken har vært åpen for besøkende. Mange har kommet tilbake for å se den nye. Noen tar også med seg andre familiemedlemmer som de vil at skal se tunnelen. En av kommentarene viser at dette er noen som frister til gjentakelse: «*It was a super walk. It is totally something I would try again. Kalle 9 years :)*». Flest utlendinger kommer fra Tyskland. Dette samsvarer med turistundersøkelsen til Innovasjon Norge fra sommeren 2014. Det ble

funnet at de tyske ferieturistene er det viktigste utenlandske enkeltmarkedet målt i kroner, og at det har vært en økning i antall tyske overnattinger (Innovasjon Norge 2014).

Det at nesten halvparten har over tre år med utdanning på høyskole eller universitetsnivå er svært høyt. Sammenlignet med tidligere studier ser dette ut til å være gjentakende for lignende ferieaktiviteter. I studien til Powell og Ham (2008) hadde 75 prosent høyere utdanning. Av de besøkende i nasjonalparkene i Taiwan hadde 59 prosent høyere utdanning (Chen et al. 2006), og blant de som svarte på undersøkelsen i Lom sommeren 2009 gjaldt dette 70 prosent (Holovan 2010). Nesten 70 prosent er yrkesaktive, dette viser seg også å være tilfellet i de tidligere studiene (Chen et al. 2006; Tangeland & Aas 2011). Som nevnt i resultatdelen er dette naturlig, ettersom Klimaparken er en attraksjon som koster litt. Det har ikke blitt opplevd at noen har klaget muntlig over prisen i etterkant av turen, men i kommentarene på spørreskjemaet er det to kommentarer som tar opp dette: «*Litt stiv pris!! 200 er passe*» og «*Interesting but expensive.*» En annen kommenterer: «*Kjempegøy...verdt penga*». Dette kan vise til at det er noe motstridende hva folk synes om prisen. En annen person skriver: «*...Ups - ville også gitt beskjed til besøkende at det koster 100 å kjøre opp*». Guidene har opplevd at folk velger å ikke delta fordi de synes det er for dyrt. Vi har også fått mange tilbakemeldinger på at turen var verdt pengene, fra de som i utgangspunktet var skeptiske til prisen. I Klimaparken er det ingen studentpris eller honnørpris. Ettersom det er disse gruppene det er færrest av, ville kanskje en redusert pris ført til flere besøkende fra disse gruppene. Spesielt gjelder dette studenter, som allerede utgjør 21 prosent av de besøkende.

7.2 B: Lærte turistene noe i løpet av den guidede turen, og likte de å lære noe underveis? Hva likte turistene å lære noe om?

Respondentene synes de lærte mye eller svært mye. 92 prosent av respondentene har svart at de lærte i grad 5, 6 eller 7 på en skala fra 1 til 7. Det var små ulikheter mellom de ulike sosiodemografiske gruppene, men det ble funnet noen som det er verdt å trekke fram. Kvinnene synes de lærte mer enn mennene, spesielt mange oppga læringsgrad 7. Aldergruppen 31-45 og de med høyere utdanning fra universitet eller høyskole synes de lærte mest i sine grupper. Utlendingene har det høyeste gjennomsnittet av alle grupper, og de har

en svarandel på 15 prosent mer enn nordmennene i grad 6 og 7. T-testene viser at det er signifikante forskjeller i opplevd læringsutbytte mellom kvinner og menn i alderen 31-45, mellom kvinner og menn med treårig utdanning, og mellom utenlandske kvinner og menn med tanke på hvor mye de synes at de lærte i løpet av turen.

Studiene til Pearce og Moscardo (referert i Moscardo (2003)) og Powell og Ham (2008) viser at målrettet formidling kan bidra til økt kunnskap. Begge studiene fant ut ved hjelp av en kunnskapstest at respondentene hadde lært noe som følge av turen. Powell og Ham (2008) fant i tillegg at 87 prosent av turistene syntes de lærte moderat eller mye. Resultatene fra spørreundersøkelsen i denne studien kan ikke si noe om turistene faktisk lærte noe. Ettersom en så stor grad av turistene selv mener at de gjorde det, er det likevel grunn til å tro at dette er tilfelle. Denne antakelsen støttes av studien til Powell og Ham (2008), der man både fant at en stor del mente de lærte noe og det ble vist at de faktisk gjorde det. Tangeland og Aas (2011) fant at kvinner i større grad enn menn la vekt på læring i en naturbasert reiselivsaktivitet. Kvinnene i denne undersøkelsen syntes de generelt lærte mer enn menn. Kanskje dette kan forklares av at kvinner er mer positive til læring i utgangspunktet.

Resultatene viste at personer i alderen 31-45 år og personer med høyere utdanning har et noe høyere gjennomsnitt enn de andre i disse kategoriene. At det er disse gruppene som synes de lærte mest, ser jeg på som noe overraskende. Dette ettersom de har lang skolegang og et lengre liv, der de har hatt mulighet til å lære mer enn de yngre. Det er mer logisk at yngre og mindre utdannede personer kunne ha lært mest. En årsak til disse resultatene kan være at disse gruppene mer nylig har lært om noe av dette på skolen, eller fordi de på grunn av mye læring på skolen er mindre åpne for læring på fritiden. De som har valgt å ta høyere utdanning er kanskje mer åpne for kunnskap, og dermed lærer de mer. Dette stemmer med hva Kamfjord (2011) mener, nemlig at et høyere utdanningsnivå og økte kunnskapskrav i arbeidslivet fører til et ønske om en mer kunnskapsbasert fritid. Gruppen med videregående utdanning og grunnskoleutdanning inneholder de som går på videregående og barneskolen, i tillegg til voksne som kun har grunnutdanning. De voksne som ikke har tatt høyere utdanning er muligens mindre åpne for å lære noe nytt. Vi opplever at de på videregående er de minst engasjerende gruppene å guide, spesielt når de er sammen som en gruppe. De er i en alder hvor få liker å skille seg ut, noe som fører til få spørsmål og lite synlig engasjement.

Utlendingene og spesielt utenlandske kvinner var de som mente de lærte mest i løpet av turen. Årsaken til disse funnene kan være at for utlendingene er det som formidles i større grad nytt. For nordmenn er snø og is kjent, i tillegg til at en del av det som formidles er pensum i løpet av tretten år med skolegang i Norge. For noen av utlendingene er det unikt bare det å få gå på snøen.

Under «andre kommentarer» er det hele 21 kommentarer om at de syntes det var kunnskapsrikt eller lærerikt. Disse har valgt å påpeke dette i kommentarene i tillegg til at de har svart på dette i spørreskjemaet. Her er noen eksempler: «*Flott idé og tiltak for kunnskapsformidling*», «*Tour was very good, clear and educative*». «*FANTASTISK! Engasjert og kunnskapsrik guide. Mer informativt & lærerikt enn jeg trodde på forhånd. TAKK =)*».

Denne siste kommentaren om at det var mer lærerikt enn personen trodde på forhånd får vi høre til stadighet. Det virker som det er få personer som er klar over hva opplegget går ut på før de kommer dit. Årsaken er nok at de fleste blir med på turen litt tilfeldig, ved at de får høre om det når de kommer til Lom, eller først når de kommer opp på Juvasshytta. Den andre forklaringen er nok at det er litt manglende informasjon på nettsiden og på plakater. Det er opplyst at turen tar to til tre timer, men det er mange som tror at det tar to timer å gå til tunnelen. Folk blir ofte positivt overrasket når de får lære noe i tillegg. Det er mulig de føler at de har fått mer enn de betalte for. Det er også med en del personer som blir veldig skeptiske når vi sier at turen går ut på at vi skal fortelle en hel del underveis. I etterkant er det mange som uttrykker at de var glade for det.

Respondentene likte i svært stor grad å lære noe underveis. 85 prosent likte å lære i grad 6 eller 7. Gjennomsnittet er høyere på dette spørsmålet enn spørsmålet om hvor mye de lærte. Det kan tyde på at respondentene i større grad likte det å lære noe underveis, sammenlignet med hva de mente at de lærte underveis. Dette kan kanskje vise at selv om noe av formidlingen var kjent, så er de veldig positive til konseptet å lære på tur. Kvinnene var igjen de som i høyest grad likte å lære noe underveis, men her er det en mer jevn fordeling mellom kvinner og menn. Til forskjell fra spørsmålet om hvor mye de mener at de lærte, er det nordmennene som i noe høyere grad enn utlendingene likte å lære underveis. Det er vanskelig å si noen årsak til hvorfor dette er endret. Det ville vært mer forståelig om utlendingene likte det best, ettersom det var de som synes de lærte mest. Når grad seks og sju legges sammen

er det bare to prosentpoeng som skiller nordmenn og utlendinger, så det er egentlig ikke så store forskjeller det er snakk om. Hovedforskjellen er at Nordmenn synes de lærte noe mindre enn utlendingene, men begge likte i stor grad å lære underveis.

Det ble kun funnet signifikante forskjeller mellom kvinner med treårig utdanning og menn med treårig utdanning. Dermed er det kvinner med treårig utdanning som synes de lærte mest, i tillegg til at det var de som likte best å lære. Dette støttes som nevnt tidligere av forskningen til Tangeland og Aas (2011) om at kvinnene i størst grad ønsker læring, og Kamfjord (2011) som mener at høyere utdanningsnivå innebærer en mer kunnskapsbasert fritid.

Flere forskere har funnet at kommunikasjonsformen interpretasjon har økt de besøkenes tilfredshet med besøket (Ham & Weiler 2007; Hwang et al. 2005; Moscardo 2003; Powell & Ham 2008). Selv om turistene svarer at de i stor grad likte å lære i løpet av turen, kan det ikke oversettes direkte til at formidlingen ga økt tilfredshet. Ettersom læringen er en stor del av turen er det likevel en indikator på at de likte opplegget. De 109 kommentarene om at de syntes turen var bra, flott, fin opplevelse, de skriver tusen takk og lignende viser definitivt at de var tilfredse med turen. Det er også flere som har nevnt muntlig at formidlingen på vei til tunnelen er med på å bedre totalopplevelsen. De mener det er en bra innledning, som setter alt i sammenheng før de går inn i tunnelen. Mange av de som tror de bare skal gå rett inn i istunnelen, er i etterkant veldig glade for at turen bød på mer. Her er to kommentarer som kan tyde på at formidlingen har økt opplevelsen: «*The guide made the walk extremely interesting. She was very knowledgeable about the various topics. I enjoyed the visit very much.*» og «*Our guide was very knowledgeable. Thanks for all the information and a nice tour*». Undersøkelsen som ble utført i Lom sommeren 2009, viste at respondentene ville besøke Klimaparken hvis de kunne lære noe ved å delta (Holovan 2010). Denne studien viser at de både mener at de lærte noe ved å delta og at de likte det de lærte.

Det at respondentene i størst grad likte å lære om isen er ganske naturlig, ettersom det er denne de har kommet til Klimaparken for å se. At flora og fauna er respondentenes neste favoritt er noe overraskende. Årsaken kan være at folk blir overrasket over hvor mye forskjellig liv det faktisk finnes på et slikt forblåst og karrig område, og de plantene som lever i høyfjellet er lite kjent for de fleste. At klima kommer høyt opp på lista over hva de satte pris på å lære

noe om er til en viss grad forventet, ettersom dette er et gjennomgående tema på turen. Det er utlendingene som satte mest pris på å lære om klima, nordmennene sin prosentfordeling på dette temaet er over ti prosent mindre. Hva som gjør denne forskjellen er det vanskelig å gi et svar på. Av og til skrives det om i media at isen i høgfjellet smelter bort, derfor har nordmenn en større forutsetning for å vite om dette. Mange av utlendingene er fra land hvor det ikke finnes isbreer, isfonner eller permafrost, derfor blir denne kunnskapen et helt nytt inntrykk. Det er noen, men små forskjeller med tanke på kjønn og alder. Dette kan tyde på at det som formidles er noe som er interessant for alle aldersgrupper og kjønn. Dette viser også noen av kommentarene: «*Bra & interessant for både barn (3 år og oppover) og voksne*» og «*Svært interessant for både store og små*».

Mange av temaene er ganske overlappende, derfor er det vanskelig å vite hva de forskjellige har tenkt på når de huket av for alternativene. Det var mange som kommenterte muntlig at de likte litt av alt, og derfor huket av på alle alternativene, mens andre bare har huket av for sitt favoritttema, eller to til tre slike. Det er ikke alle temaene det formidles like mye om, derfor er det naturlig at det blir noen forskjeller.

Undersøkelsen som ble gjennomført i Lom 2009 viste at hovedgrunnen til at respondentene ville delta på turen var interessen for natur og historie, i tillegg til muligheten til å lære noe nytt om klima og miljø (Holovan 2010). Disse temaene ser det fremdeles ut til at turistene setter pris på å lære noe om.

Noen av kommentarene fra kommentarfeltet er knyttet mot dette spørsmålet. En yngre gutt skriver: «*Jeg er mere interessert i Huset Habsburg og opplysningstiden*», så for han traff nok ikke våre formidlingstemaer helt med hans interessefelt. Noen nevner at de gjerne ville hørt mer om isen, og formingen av isen. En person skriver «*Svært spennende og særegent. Gjerne mer historie*», og «*spectrum of information could be even wider*». Det er vanskelig å si noe om det bør gjøres endringer i formidlingen ut i fra resultatene og kommentarene. Selv om noen ønsker seg mer av noe, er det ikke sikkert dette interesserer andre. I dag er det et bredt spekter av informasjon, noe som øker sjansene for at det kan være noe av interesse for alle. Resultatene antyder også at dette er tilfellet. Likevel er det noen forskjeller blant de sosiodemografiske gruppene når det gjelder hva de setter mest pris på å lære noe om. Ved å

se på kjønn, aldersgruppe og om de besøkende vil ha norsk eller engelskspråklig tur, har vi mulighet til å tilpasse formidlingen etter hvilke temaer disse gruppene setter mest pris på å lære noe om. Likevel er det tydelig at alle temaene er viktige, ettersom ingen huket av på alternativet «ingen av delene». Dette viser at Klimaparkens ambisjoner om å ha et opplegg som passer for en bred målgruppe, fungerer.

Svaret på problemstillingen er at turistene selv mener de lærte mye eller svært mye i løpet av den guidede turen. I tillegg likte de å lære i stor eller svært stor grad. Resultatene kan vise at påstanden til Naturitas AS (2008) om at folk er nysgjerrige og mottakelige for veiledning når de er i feriemodus stemmer. De positive kommentarene understreker at dette er et veldig bra opplegg, og at mange synes kunnskap på tur er interessant. Flest respondenter satte pris på å lære om isen. Det er vanskelig å vite om de som huket av for dette alternativet gjorde det på grunn av formidlingen om isbre/fonn, om istider, eller på grunn av istunnelen. Istunnelen er en attraksjon som det ikke finnes maken til noe annet sted i Norge eller verden. Derfor er tilbudet i seg selv helt unikt, og det er utrolig imponerende å gå inn i isen. Istunnelen er også vanskelig å forestille seg på forhånd, man ser ikke omfanget ved å se på et bilde. Opplevelsen blir dermed veldig spesiell når de kommer inn. Flere kommentarer påpeker at de er overrasket over hvor stort det er, og hvordan det ser ut inne i tunnelen. Denne erfaringen på slutten kan nok forsterke resten av opplevelsen, det kan føre til at de synes turen var bra uansett. Det er ni kommentarer som nevner istunnelen spesifikt når de snakker om opplevelsen i helhet. *«Jeg synes det var veldig lærerikt. Og det var veldig kult å se alt. Spesielt istunnelen»*. Ut i fra kommentarene å dømme ser det ut til at de setter pris på helheten. Likevel er det tydelig at det er istunnelen som er trekkplasteret for tilbudet, ettersom det er svært få som er klar over at de skal være med på en guidet tur med formidling underveis. Sannsynligheten for at tilfeldige turister ville ha deltatt på opplegget uten istunnelen er veldig lav, i alle fall med tanke på at vi har opplevd skepsis hos folk når vi informerer om at turen består av mer enn bare å se istunnelen.

7.3 C: Fører formidlingen i Klimaparken til økt lærevilje og lyst til videre formidling til andre personer? Får de besøkende økt interesse for klimaendringer og naturvern som følge av formidlingen?

Resultatene viser at 98 prosent i høy eller noen grad fikk interesse for å lære mer om de forskjellige emnene, på grunn av det de lærte på turen. 75 prosent er interessert i mer informasjon om ett eller flere av disse temaene. 9 prosent var ikke interessert og 16 prosent visste ikke. De i aldersgruppen eldre enn 61 og de med utdanning fra videregående svarte mest nei på dette spørsmålet. Det var også disse gruppene som i minst grad mener de lærte noe, og som kommentert tidligere kan det være at de har mindre interesse for å lære generelt. Årsaken til at en relativt stor del av respondentene huket av på alternativet «vet ikke», er vanskelig å si. Kanskje de synes det ble for bastant å svare enten ja eller nei. 99 prosent svarte enten ja, trolig eller helt sikkert på spørsmålet om de kommer til å formidle det de har lært til venner og/eller familie.

Dette viser at svært mange mener de ble interessert i å lære mer som følge av turen. Dette vises også i noen av kommentarene som ble presentert under spørsmålet om hva de satte pris på å lære noe om. De kunne tenke seg å lære mer om, isen og historie. I tillegg skrev en person: *«Kanskje noe mer om klimaendringer, i Norge og globalt. Kjempebra :)»*. På spørsmålet om mer informasjon var det langt flere som svarte «nei» enn på spørsmålet om økt interesse. Det er nok mange som huker av på nei fordi de synes det var nok informasjon på selve turen, og at det ville blitt for langt med mer informasjon. En av kommentarene viser dette: *«Passe tid og passe info»*. Likevel er det tydelig at flere ønsker et hefte med informasjonen som ble formidlet under turen: *«Et flott arbeid. Flink guide!! Bra tilrettelagt. Skulle ønske jeg kunne få all info i et hefte etter avlagt besøk...»*, *«Hadde vært fint med en folder eller lignende som oppsummerte informasjon så man husket bedre»*. Noe av dette ønsket er kanskje løst ved at vi har satt opp informasjonsplakater langs gangbana, i og med at en person kommenterer: *«Informasjonsplakatene underveis var veldig nyttige. Repetisjon på veien tilbake. Gjerne flere plakater»*. Det er også en kommentar som understreker dette med videre formidling: *«... Kjempespennende opplevelse som jeg varmt vil anbefale ...»*.

73 prosent mener at de «ja, helst sikkert» eller «ja, trolig» har fått økt interesse for klimaendringer, 19 prosent mener de allerede var veldig interessert, og 4 prosent svarer nei. For de sosiodemografiske gruppene skiller de under tjue seg ut ved å ha en veldig lav prosentandel på «jeg er allerede veldig interessert». Resultatene fra spørsmålet om økt interesse for naturvern på grunn av besøket i Klimaparken er svært like resultatene fra

spørsmålet om økt interesse for klimaendringer. Den trivariate analysen viste at de utenlandske kvinnene var de som i høyest grad «ja, helt sikkert» hadde fått økt interesse for klimaendringer og vern av naturen.

Det er ganske naturlig at de under 20 år ikke er så interessert i klimaendringer og naturvern fra før. Disse temaene har (basert på forfatterens egen erfaring) tidligere vært lite fokusert på før videregående skole. Dette er nok noe forandret i dag, ettersom klimaet og synet på klimaendringer har endret seg mye i løpet av det siste tiåret. Likevel er trolig mye veldig nytt for de under 20, spesielt fordi de fleste i den gruppen er grunnskoleelever. At de med mer enn tre år med utdanning er mest interessert i både klima og naturvern er ikke overraskende, det er nok de som har lært mest og vært mest åpne for å lære om det. Årsaken til at spesielt utenlandske kvinner helt sikkert har blitt mer interessert i vern av naturen, kan være at urørt natur er mangelvare ellers i Europa (Finansdepartementet 2003). De er kanskje ikke vant til urørte områder, og ser viktigheten og verdien av det når de kommer til Norge.

Litteraturen viste at flere forskere mener målrettet formidling kan bidra til å endre tilhørerne sine holdninger og atferd (Ham 2007; Moscardo 2003; Powell & Ham 2008) Guidene i Klimaparken har ingen direkte intensjoner om å endre noen av de besøkendes holdninger eller atferd. Målet til Klimaparken er at de besøkende skal få innsikt, forståelse og kunne reflektere over betydningen av de pågående klimaprosessene.

I denne studien har det blitt undersøkt om turistene har fått økt interesse for det som ble formidlet generelt, og spesielt klima og naturvern som følge av formidlingen på turen. I Klimaparken finner vi ikke ut på forhånd hvilken gjeldende oppfatning en person har, derfor får vi ikke påvirket en persons holdning direkte. Ham (2007) påpeker at til og med kort og fragmentert formidling kan bidra til endring. Derfor er det muligheter for at formidlingen i Klimaparken kan ha ført til endrede holdninger, og kanskje til og med endret atferd til fordel for klimaet og naturvernet. Ved å ha laget en gangbane på vei bort til tunnelen sparer vi det sårbare området, ettersom turistene kanaliseres, og ikke går overalt. Det er flere ganger turister har spurt om de kan få lov til å plukke blomsten isssoleie. Når vi informerer om at denne er en nær truet art som er på rødlista grunnet klimaendringer, og at vi gjerne vil ha mulighet til å vise den til flere turister, har det ikke blitt opplevd at noen har plukket dem. Dette kan ha vært en endring som kun vedvarer i den tidsrammen på to timer som turen varer. Det kan

også hende at disse opplysningene fører til at de besøkende lar disse blomstene stå når de møter dem igjen ved en senere anledning.

Ham (2007) presenterer tre mulige påvirkningsutfall av interpretasjon; endre eksisterende holdning, forsterke eksisterende holdning eller etablering av en ny holdning. Ettersom de besøkende har ulik alder, utdanningsbakgrunn og bosted er det grunn til å tro at vi kan føre til påvirkning av alle disse holdningsutfallene. Det å forandre eksisterende holdning er som Ham (2007) påpeker det vanskeligste å oppnå. Ettersom guidene ikke går inn for å oppnå dette, er det nok sjelden guidene fører til denne formen for påvirkning. Dette gjelder iallfall ikke for de som er tvilende til klimaendringer og behovet for naturvern. Det ble funnet i undersøkelsen fra 2009 at folk håpet navnet Klimapark ville føre til en miljøvennlig profil (Holovan 2010). Navnet Klimapark fører trolig til at de med sterke motforestillinger mot menneskeskapte klimaendringer ikke vil delta på denne turen. For de som har huket av for svarkategorien «Jeg er allerede veldig interessert» kan vi med vår formidling og visning av den tydelige minkende fonna forsterke deres eksisterende holdninger. Ut i fra resultatene kan det se ut til at de unge under 20 fikk lære om klimaendringer og naturvern for første gang. På den måten fikk vi muligheten til å gi de et førsteinntrykk. Det er bra at de fikk dette førsteinntrykket et sted hvor endringene er såpass tydelige, da dette gjør det lettere å tro på at endringene faktisk finner sted. I tillegg kan de ha fått øynene opp for sårbare planter.

Det er flere kommentarer som kan tyde på at vi har hatt med personer med ulike holdninger. Den første kommentaren viser en person som kanskje ikke har blitt helt overbevist: «*Excellent but it is hard to know these days if what you hear is accurate*». Denne personen har muligens hatt en tvilende holdning i utgangspunktet, og har nok ikke blitt helt overbevist enda. Den neste kommentaren kan tyde på at personen har vært interessert i klimaspørsmål og nå fikk en forsterket holdning, ved at han/hun ble inspirert til å reflektere mer: «*Det var spennende og fikk meg til å reflektere mer over klima osv. Veldig flink guide*». Personen bak denne kommentaren har nok også fått forsterket eksisterende holdning: «*Meget bra og bevisstgjørende ift. Klima og miljø ++ :)*».

Resultatene og kommentarene kan vise til at respondentene har blitt mer interessert i klimaendringer og naturvern som følge av besøket i Klimaparken. Likevel er det ifølge

litteraturen svært vanskelig å trekke noen slutning om hvilke implikasjoner dette kan ha eller at dette i det hele tatt stemmer. Munroe et al (2008) mener de besøkende må testes på mange måter, for å si noe sikkert om det de uttrykker stemmer. Ham (2007) påpeker at generell holdning ikke forutsier handling. Johannessen et al. (2011) påpekte at respondenten kan foreta en sensurering eller redigering av svaret i en mer sosialt akseptert retning. Halvorsen (2008) mener at respondentene kan bli påvirket av at de blir undersøkt, ved at de svarer det de føler er riktig. Respons Analyse fant at fire av ti synes det er flaut å si at de ikke er klimabevisste, uansett om de er det eller ikke (Miljøverndepartementet 2009). Dette gjør at troverdigheten til svarene er noe svekket. Noen av kommentarene er støttende med tanke på resultatene, og er med på å vise at interessen har økt, i alle fall hos de som har skrevet kommentarene. Første kommentar viser at respondenten har fått støttende tanker om naturvern: «*It is an extremely beautiful landscape and should be preserved*». De neste kommentarene viser at den smeltende fonna har gjort inntrykk: «*We hope you can be doing this for a long time in the future! Thank you very much*», «*Interessant tur! Håper den varer :)*», «*BRA! Men hvor skal dere lage neste når denne fonna smelter? Si litt mer om is og smelting andre steder i Norge og Verden for øvrig*». Kommentarene kan også tyde på at de har fått et slags forhold til tunnelen og fonna. Noe som Ham (2013) mener er hensikten med interpretasjon, at publikum skal få omsorg for det som kommuniseres.

Den store interessen for å lære mer og interessen for mer informasjon viser at det de lærte på turen var noe de synes var interessant. Det viser en sannsynlighet for at turistene vil oppsøke mer informasjon når de kommer hjem, noe som vil føre til at de får ytterligere kunnskap om disse viktige temaene.

Det at de vil formidle det de har lært til andre viser at dette var noe de synes var såpass interessant at de vil dele dette. I tillegg kan formidlingen føre til at langt flere enn de som er i Klimaparken blir klar over disse store forandringene i høgjellet, som følge av klimaendringer. Selv om en respondent huket av på at de kommer til å formidle det de har lært, kan det hende de bare formidler at de har vært i istunnelen. Derfor er det ikke sikkert at kunnskapen blir formidlet i så høy grad som det gis uttrykk for. Likevel er det bra markedsføring for Klimaparken. Med så mange som mener de kommer til å formidle videre, kan det føre til enda flere besøkende.

Resultatene kan tyde på at turen har økt de besøkendes interesse for klima og vern av naturen. Mange har trolig fått nye oppfatninger og andre har antagelig fått forsterket tidligere oppfatninger. Ettersom seks av ti nordmenn ønsker mer informasjon om hva de kan gjøre for å bidra til å redusere klimagassutslipp (Miljøverndepartementet 2009) og økt kunnskap kan bidra til konkret handling (Fransson & Gärling 1999), vil kanskje den økte interessen føre til at de skaffer seg ytterligere informasjon. Noe av formidlingen har bidratt til endret atferd på stedet, mens noe forhåpentligvis vil bli vedvarende. Kommentarene antyder at noen av respondentene har fått en slags omsorg for istunnelen, noe som kan være et skritt på veien til et ønske om beskyttelse og bevaring. Dette kan igjen føre til at de endrer sin atferd.

7.4 D: Synes turistene at guide- og økoturismesertifiseringsordninger vil gjøre det mer attraktivt å delta på turen?

Påstanden om at sertifiserte guider ville gjort deltagelse på turen mer attraktiv, viste at det var stor spredning i respondentenes svar. Det var høyest prosentandeler i enten helt enig, eller helt uenig. Basert på sosiodemografi er svarene svært varierende, men for alle grupper er svarene i hovedsak helt enige eller helt uenige. Dette gjør det svært vanskelig å si noe om hva respondentene egentlig mener om sertifisering av guider. Vi merket når de svarte på dette spørsmålet at folk var veldig usikre, og mange endret svaret sitt når vi opplyste om at vi ikke var sertifiserte guider. Noe av usikkerheten er påpekt i en kommentar som er skrevet opp i resultatene, nemlig at det er personavhengig. De mente at de hadde rett person på rett sted.

Under andre kommentarer er det hele 40 personer som har brukt denne ruta til å utdype sitt syn på guiden. «*This was a terrific Tour. Our guide was well informed and educated on the topics involved. My family loved the tour.*» og «*Utmerket, dyktig guide, fin kommunikasjonsform*». En person har påpekt dette med formidling til barn, slik Tilden (1957) referert i (Caselunghe 2012) gjør i prinsipp 6: «*Veldig fin måte å formidle til barn. Gjerne enda flere "barnevennlige" eksempler/forklaringer på klimaendringer...*». Det er også noen kommentarer som er knyttet direkte til dette med sertifisering. «*The guide was very good, no cert. required*». Jeg har også skrevet ned noen kommentarer på dagboknotatene som ble sagt muntlig, for eksempel: «*Hils sjefene dine og si at dere er bra nok som guider. Trengs ikke sertifisering*».

Litteraturen påpeker at guidene har ulike ansvarsområder for å oppnå en vellykket guiding og for at et økoturismeprodukt skal kunne fremstå troverdig. Pereira og Mykletun (2012) foreslår ulike sfærer; lederskap, formidler, ansvar for naturmiljøet og den økonomiske. Det ble valgt å ikke spørre så mange spørsmål om guidene i denne studien. Det ville vært vanskelig å analysere for meg som forsker og guide, i tillegg til at jeg ikke ville evaluere mine egne kollegaer. Det hadde også vært vanskeligere for respondentene å svare på slike spørsmål når vi var til stede. Kommentarene nevner noen av de rollene som Pereira og Mykletun trekker fram som viktige. For eksempel at guiden var flink med mennesker, hyggelig guide, at guiden hadde god kunnskap og formidlingsevne.

Selv om kommentarene viser at en stor del av de besøkende var svært fornøyde med guidene og mener de er kunnskapsrike, er det ingen kontroll av oss som guider i Klimaparken. Ingen har sjekket om det vi formidler faktisk er rett, eller hvordan vi fungerer som guide for en gruppe. Alle guidene har høyere utdanning, men ingen spesifikk guideutdanning. Basert på kommentarene og resultatene som viser en helning mot «uenig» til påstanden, kan det se ut til at en sertifiseringsordning ikke er nødvendig. Likevel, som den ene kommentaren sier, er dette personavhengig. En person uten noen form for utdanning kan være lokalkjent og ha en slags «medfødt» formidlingsevne, og kan derfor være en god guide. Dette gjelder imidlertid kun et fåtall. Rapporten til Miljøverndepartementet mener at naturkunnskap som kan sikre kvaliteten på tilbudene og produktene anses som viktig (Direktoratet for Naturforvaltning 2006). 27 prosent av de naturbaserte reiselivsbedriftene i Norge ser et behov for mer kompetanse på området guiding og formidling (Stensland et al. 2014). 2/3 av de som ble spurt i undersøkelsen til Virke ønsker sertifiserte guider (Solheim 2013). En guideutdanning kan sikre at guidene i det minste sitter med den basiskunnskapen som er viktig. Dette har også Black og Ham (2005) påpekt som viktig for et guideprogram. En utdanning kan gi kjennskap til hva som er viktig for å kommunisere godt. Ballantyne og Hughes (2001) påpeker at blant forskere er interpretasjon antatt å være den beste kommunikasjonsformen for å tilfredsstille et publikum, men dette er ikke kommunisert til de som driver med guiding generelt. En slik utdanning gir mulighet for å binde forskningen og de som jobber i felt sammen. På konferansene om utdanning og guidesertifiseringer er de enige i at mer guidekompetanse trengs, men de har ikke klart å bli enige om hvem som skal ta ansvar for denne ordningen

(Knut Fossgard, pers. medd. 2015). Dette er nok grunnen til at de heller har valgt å styrke ulike utdanningsordninger.

Ettersom de fleste guidetilbud foregår på sommeren, fører dette til at de fleste har denne jobben kun som en sommerjobb. På grunn av et begrenset arbeidsmarked for helårsguider kan nok dette være årsaken til at en slik utdanning ikke har blitt etablert tidligere, og kanskje ikke har blitt etterspurt i stor grad. Det er bedriftene selv som etterspør mer kompetanse knyttet til guiding og formidling, derfor kunne antageligvis utdanningsordningen til danskene ha fungert bra (Naturitas AS 2008). De utdanner guider som allerede har en arbeidsplass, og på den måten kommer utdannelsen bedriften direkte til gode.

På den andre påstanden skulle respondentene rangere om de var enige eller i uenige i om økoturismesertifisering av Klimaparken ville gjort det mer attraktivt å delta på turen. Resultatene viser at svarene på dette spørsmålet er veldig jevnt fordelt på alle de sju svarkategoriene. Her er det flest svar på helt uenig. For alle de sosiodemografiske gruppene er også svarene veldig jevnt fordelt, ingen skiller seg ut med noen ekstreme verdier.

Haaland og Aas påpeker allerede i 2006 at mange sertifiseringsprogram kan føre til en forvirring. De svært varierende svarene kan tyde på at det er forvirring og for lite kunnskap om slike ordninger. Stensland et al. (2014) viste også at en del bedrifter er uvitende om hva slags effekter en slik ordning vil medføre. Turistundersøkelsen fra 2009 viste at respondentene håpte Klimaparken ville ha en miljøvennlig profil. Med fornybar strøm og el-bil, er nok dette til en viss grad oppfylt. Dette kan muligens være noe av årsaken til at flesteparten ikke synes at en økoturismesertifisering trengs.

Turistene heller mot at de ikke synes sertifiseringsordninger vil gjøre det mer attraktivt å delta på turen, verken for guidesertifisering eller økoturismesertifisering. På grunn av store forskjeller i svarene er det svært vanskelig å gi det som et svar på problemstillingen. Med tanke på guidesertifisering er det grunn til å tro at svarene ville vært svært annerledes hvis turistene ikke hadde vært fornøyd med guidenes formidling. Kommentarene viser at mange av respondentene var svært fornøyd, noe som er veldig verdifullt med resultater som er såpass forskjellige. Resultatene fra påstanden om økoturismesertifisering er enda mer varierende, og viser at turistene er usikre eller har svært ulike formeninger om dette.

7.5 Metoderefleksjon

Videre følger noen refleksjoner over noen effekter av den valgte metoden og gjennomførelse av denne. Det ble benyttet et kort spørreskjema, noe som førte til et begrenset antall spørsmål. Den positive effekten av dette var en høy svarprosent. Det at guidene var tilstede når spørreskjemaet ble besvart kan ha hatt en innvirkning på resultatene. Dette kan ha ført til at respondentene ikke svarte helt ærlig. Dette kommer spesielt til uttrykk for spørsmålene knyttet til problemstilling C. Det er disse spørsmålene som viser om guiden har oppnådd ønsket effekt med formidlingen. Dette kan ha ført til at respondentene ikke ville skuffe guidene og derfor svarte slik de tror at vi blir fornøyd med å høre. Ettersom de besøkende uttrykker at de er svært fornøyd med opplegget, kan dette bidra til at de også ønsker at guidene skal få de svarene de håper på.

Det er tidligere nevnt at respondentene synes det var vanskelig å svare på påstandene om sertifiseringsordninger. I tillegg kan det stilles spørsmål ved om dette var den rette måten å få svar på om hva turistene synes om sertifisering. Slike spørsmål bør om mulig stilles i en mer nøytral sammenheng, slik at en ikke risikerer at respondentene føler seg forlegne ved å svare på den ene eller andre måten. Spørsmålsstillingen ble noe vanskelig å forholde seg til, ettersom de allerede har deltatt på turen.

Det kunne vært aktuelt å bruke kvalitativ metode, i form av et dybdeintervju, for å avdekke de besøkendes begrunnelser for at de svarer som de gjør. En slik grundig og detaljert undersøkelse ville vært vanskelig å gjennomføre og antagelig lite hensiktsmessig. Et intervju ville tatt for lang tid på stedet, med tanke på at de besøkende ofte er en samlet gruppe, ikke er forberedt, det ville blitt svært kaldt og fordi guidene har flere turer på én dag. Metoden kunne ha fungert som et telefonintervju i tillegg, men antageligvis ville det vært vanskelig å få folk til å stille opp på dette, spesielt de utenlandske turistene. Ettersom de besøkende ble observert når de svarte på skjemaet, er noen av disse begrunnelsene blitt oppdaget. Dette gjelder spesielt for påstandene om sertifisering. Uten observasjonen, ville ikke jeg vært klar over mange av respondentenes usikkerhet knyttet til disse.

8.0 Konklusjon

Med bakgrunn i litteraturgjennomgangen og resultatene fra denne undersøkelsen kan påstandene om at folk ønsker å lære noe i løpet av sin ferietid, og at de er nysgjerrige og mottagelige for kunnskap når de er i feriemodus bekreftes. De besøkende i Mimisbrunn Klimapark 2469 mener de lærte mye, og de liker å lære i løpet av en ferieaktivitet. Kunnskapen som ble formidlet på turen førte til at de fikk økt interesse for det som ble formidlet, og mange fikk lyst til å formidle det de lærte videre til venner og familie. Disse resultatene i tillegg til veldig mange positive kommentarer bekrefter at Klimaparken er et vellykket produkt, hvor de besøkende har hatt en god opplevelse. Selve undersøkelsen belyser ikke direkte om kunnskapsformidlingen økte opplevelsen. Ettersom de besøkende i så stor grad var positive til læringen, som utgjør en stor del av turen, kan man likevel si at undersøkelsen understøtter dette.

Undersøkelsen har belyst hva ulike sosiodemografiske grupper setter mest pris på å lære noe om. Alle grupper satte i høyest grad pris på å lære om isen. Etter formidling om isen skilte kvinnene seg ut ved å foretrekke flora og fauna, mens mennene foretrekker formidling om jakthistorie. De under 20 foretrekker jakthistorie, aldersgruppen 20-30 liker formidling om klima og geologi, de fra 31 år og eldre satte pris på å lære om flora og fauna som alternativet etter formidlingen om isen. Utlendingene satte nesten like stor pris på å lære om klima som isen, nordmenn satte mer pris på formidling om flora og fauna og jakthistorie. Dette bidrar til at guidene kan endre formidlingen noe, avhengig av de besøkendes kjennetegn. Dette mønsteret kan også være interessant for andre bedrifter som driver med kunnskapsguiding. Likevel er det verdt å merke seg at det ikke var store ulikheter, noe som tyder på at respondentene likte variasjonen i det som ble formidlet. Dette viser at formidlingen er noe som passer alle Klimaparkens målgrupper.

Det er tydelig at det er istunnelen som trekker de besøkende til Klimaparken. Uten denne ville produktet antagelig hatt lave besøkstall. Dette kan begrunnes med bakgrunn i at noen besøkende på forhånd er noe skeptiske til formidlingen på turen, i tillegg til at mange uttrykker at 300 kroner er litt mye å betale. Dette til tross for at istunnelen i seg selv er noe som er helt unikt. Ved turens slutt er synet på formidling endret. Resultatene indikerer samlet sett at de besøkende føler de har fått noe mer igjen som følge av læringen enn hva de betalte for i utgangspunktet. Det at de besøkende føler de får noe mer på grunn av kunnskapsformidlingen

kan tyde på at mange guidede turer kan forbedres, ved å tillegge turen lærdom om naturen og kulturen i området man ferdes. Denne og tidligere undersøkelser viser at dette øker turistenes interesse, og fører til en stedstilknytning som videre kan bidra til et ønske om bevaring (Moscardo 2003; Powell & Ham 2008).

Målet med Klimaparken er at de besøkende skal få kunnskap om samspeillet mellom klima, natur og mennesker. De skal få innsikt og forståelse, og formidlingen skal være en kilde til refleksjon over de pågående klimaprosessene. Respondentenes økte interesse for naturvern og klimaendringer i tillegg til mange utdypende kommentarer, viser at Klimaparken oppnår sitt formidlingsformål. Kommentarene viste blant annet støttende tanker om naturvern, at formidlingen var bevisstgjørende med tanke på klima og miljø, og den hadde ført til refleksjoner over klima.

Denne studien belyser ikke direkte om de ulike rollene til guiden som Pereira og Mykletun (2012) foreslår oppfylles, eller hva turistene mener om guidenes formidling. Resultatene pekte i retning av at de ikke ser behovet for guidesertifisering. Dette resultatet og alle de positive kommentarene om guidene viser at turistene er svært fornøyde med guidene i Klimaparken. Det påpekes i kommentarene at behovet for guidesertifisering er personavhengig. Ettersom guidene i Klimaparken er en så stor del av produktet og opplevelsen, er det viktig med en grundig ansettelsesprosess og opplæring for å opprettholde kvaliteten og et vellykket produkt.

Det var usikkerhet knyttet til om en økoturismesertifisering ville øke attraktiviteten til Klimaparken. Reiselivsundersøkelsen fra Lom sommeren 2009 viste imidlertid at respondentene håpet Klimaparken skulle fremstå med en miljøvennlig profil (Holovan 2010). Et produkt som har til hensikt at besøkende skal få økt forståelse og innsikt i klimaspørsmål og naturvern, bør fremstå som autentisk.

Videre forskning bør gjøre videre undersøkelser på etterspørselen etter sertifiseringsordninger av reiselivsbedrifter som tilbyr aktiviteter og tilrettelagte opplevelser, for å se om turister foretrekker dette. En bør også analysere hvorfor de gjør det, og eventuelt hvorfor ikke.

Med bakgrunn i at flere reiselivsbedrifter ønsker mer guidekompetanse, ville det vært interessant å prøve ut den danske utdanningsordningen i Norge, ettersom de utdanner guider

som allerede har en arbeidsplass. Og undersøke om dette er en ordning som kan overføres til norske forhold.

Det ville også vært interessant om videre forskning kan ta for seg flere kunnskapsturismeprodukter, for å se etter eventuelle likheter i resultatene. I tillegg bør flere produkter undersøkes med og uten formidling, for å se om totalopplevelsen økes som følge av kunnskapsformidlingen.

9.0 Litteraturliste

- Apon, J. C., Grubben, I. & Stensland, S. (2013). Identifisering av naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. *Utmark*, nummer 1 2013: 11.
- Bakken, M. & Finstad, E. (2011a). *Klimapark 2469 - bakgrunnsinformasjon*. Norsk Fjellmuseum. 11 s. Upublisert manuskript.
- Bakken, M. & Finstad, E. (2011b). *Klimapark 2469 AS - Strategiplan 2013-2017*. Norsk Fjellmuseum. 3 s. Upublisert manuskript.
- Ballantyne, R. & Hughes, K. (2001). Interpretation in Ecotourism Settings: Investigating tour guides perceptions of their role, responsibilities and training needs. *The Journal of Tourism Studies*, 12 (2): 2-8.
- Black, R. & Ham, S. (2005). Improving the Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification. *Journal of Ecotourism*, 4 (3): 178-195.
- Caselunghe, E. (2012). Forskningsperspektiv på naturvåglledning, 3. Uppsala. 85 s.
- Chen, H.-J., Hwang, S.-N. & Lee, C. (2006). Visitors characteristics of guided interpretation tours. *Journal of Business Research*, 59: 1167-1181.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12: 5-29.
- Direktoratet for Naturforvaltning. (2006). Rapport til Miljøverndepartementet. Handlingsplan for bærekraftig bruk, forvaltning og skjøtsel av verneområder. Oslo/Trondheim: Miljødirektoratet. 64 s.
- Finansdepartementet. (2003). St.prp. nr. 65 (2002-2003). Tilleggsbevilgninger og omprioriteringer i statsbudsjettet medregnet folketrygden 2003. 224 s.
- Fonbæk, D. (2014, 30.01). Nå skal turist-«cowboyene» lukes ut. *Verdens Gang*.
- Fransson, N. & Gärling, T. (1999). Environmental Concern: Conceptual Definitions, Measurement, Methods, and Research Findings. *Journal of Environmental Psychology*, 19: 369-382.
- Haaland, H. & Aas, Ø. (2006). Sertifisering av reiseliv-Miljøtiltak eller markedsføring? NINA- Norsk institutt for Naturforskning, Lillehammer. 56 s.
- Hagen, M. (2014). *Nasjonal konferanse om kvalifisering og sertifisering av guider i Norge, Tromsø 10.-11. des 2014*. ARENA - lønnsomme vinteropplevelser. Tilgjengelig fra: <http://www.vintertroms.no/Nyheter/Nasjonal-konferanse-om-kvalifisering-og-sertifisering-av-guider-i-Norge-Tromsø-10.-11.des-2014>.
- Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet: en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen akademisk forl. 316 s. : ill. s.
- Ham, S. (2007). Can Interpretation Really Make a Difference? Answers to Four Questions from Cognitive and Behavioral Psychology. 42-52 in; Proceedings of the interpreting World Heritage Conference, Vancouver, Canada. 25-29 mars 2007.
- Ham, S. & Weiler, B. (2007). Isolating the Role of On-site Interpretation in a Satisfying Experience. *Journal of Interpretation Research*, 12 (2): 5-24.
- Ham, S. H. (2013). *Interpretation: making a difference on purpose*. Golden, Colo.
- Holovan, N. (2010). *Reiselivsundersøkelsen i Lom sommeren 2009*. Norsk fjellmuseum: Høgskolen i Lillehammer. 38 s. Upublisert manuskript.
- Hultman, S.-G. (1985). TOLKNING -EN SOVANDE JÄTTE - Vidgad information om natur- och kulturlandskapet i Uppsala län. Sveriges Lantbruksuniversitet: Avdelningen för Landskapsvård. 90s.
- Hwang, S.-N., Lee, C. & Chen, H.-J. (2005). The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. *Tourism Management*, 26 (2): 143-156.
- Innovasjon Norge. (2014). *TURISTUNDERSØKELSEN - OPPSUMMERING AV SOMMERSESONGEN 2014*. EPINION: Innovasjon Norge. 73 s.

- Innovasjon Norge. (u.å). *Miljøsertifiseringer i Norge*: Innovasjon Norge. Tilgjengelig fra: http://www.innovasjon norge.no/no/Reiseliv/Baerekraftigreiseliv/Miljosertifisering/#.VS1P3_msXzA.
- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tuftte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Oslo: Abstrakt forl. 490 s. : ill. s.
- Kamfjord, G. (2011). *Det helhetlige reiselivsproduktet*. Oslo: Fagspesialisten. b. : ill. s.
- Knagenhjelm, T. K. (u.å). *Kva er stadformidling?*: Nettverk for stadformidling. Tilgjengelig fra: http://www.stadformidling.no/?page_id=15 (lest 28.03.2015).
- Lappegard, S. (2013) Guiding for turisme og naturforvaltning. 27.11.2013.UTE.
- Lauten, M. (2011). Kvalitetsmerke for Økoturisme i Norge. Norsk økoturisme, Oslo. 26 s.
- Miljøverndepartementet. (2009). *H.K.H. Kronprinsen deltar i klimakampanjen "Lyden av et klimavennlig Norge"*. Regjeringen.no. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/hkh-kronprinsen-deltar-i-klimakampanjen-/id584165/> (lest 22.04.2015).
- Moscardo, G. (2003). Interpretation and Sustainable Tourism: Functions, examples and principles. *The Journal of Tourism Studies*, 14 (1): 12.
- Motrøen, T. & Bryn, A. (2007). Natur og kunnskapsturisme – fra studium til nye næringer. Høgskolen i Hedmark. 64 s.
- Munro, J., Morrison – Saunders, A & Hughes, M. (2008). Environmental Interpretation Evaluation in Natural Areas. *Journal of Ecotourism*, 7 (1): 1-14.
- Naturitas AS. (2008). Naturveiledning i Norge. Statens naturoppsyn. 39 s.
- NCE Tourism. (2013). *NORTIND OG SERTIFISERING FOR REISELIV*: Nowegian Centres of Expertise. NCE Tourism Fjord Norway. Tilgjengelig fra: <http://www.fjordnorway.com/no/NCE-Tourism/Aktuelt/Arkiv/Nortind-og-sertifisering-for-reiseliv/> (lest 07.04.2015).
- Nordin, S. (2005). *Tourism of Tomorrow - Travel Trends & Forces of Change*. European Tourism Research Institute. 99 s.
- Nærings- og handelsdepartementet. (2012). *Destinasjon Norge*. Regjeringen.no. 92 s.
- Pereira, E. M. & Mykletun, R. J. (2012). Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A Case Study from the Amazon. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12 (1): 74-94.
- Powell, R. B. & Ham, S. H. (2008). Can Ecotourism Interpretation Really lead to Pro-conservation Knowledge, Attitude and Behaviour? Evidence from the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (4): 467-489.
- Ritchie, B. W., Carr, N. & Cooper, C. P. (2003). *Managing educational tourism*. Clevedon [England]: Channel View Publications. 1 online resource (xviii, 283 s.) : ill s.
- SNO. (2010). Policy for naturveiledning. Statens naturoppsyn, Direktoratet for naturforvaltning.
- Solheim, H. C. (2013). Undersøkelsen 2013 - Markedets behov for norske guidetjenester. VIRKE. 13 s.
- Stensland, S., Fossgard, K., Apon, J. C., Baardsen, S., Fredman, P., Grubben, I., Haukeland, J. V. & Eikrem Røren, A. M. (2014). *Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge*. Frekvens- og metoderapport: INA fagrapport 25. 108 s.
- 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. *Tourism Management*, 32 (4): 822-832.
- UiS. (2013). *Konferanse om guideutdanning*. Universitetet i Stavanger. Tilgjengelig fra: <http://www.uis.no/fakulteter-institutter-sentre-og-museum/det-samfunnsvitenskapelige-fakultet/norsk-hotellhoegskole/konferanse-om-guideutdanning-article80891-8332.html> (lest 4.05).
- Virke. (2015). *Om virke*: Virke. Tilgjengelig fra: <http://www.virke.no/omvirke/Sider/default.aspx> (lest 10.mai).
- Weaver, D. B. (2012). Protected area visitor willingness to participate in site enhancement activities. *Journal of Travel Research*: 0047287512467704.
- Weiler, B. & Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14 (2): 91-98.

Weiler, B. & Ham, S. (2010). Development of a Research Instrument for Evaluating the Visitor Outcomes of Face-to-Face Interpretation. *Visitor Studies*, 13 (2): 187-205.

10.0 Vedlegg

10.1 Vedlegg 1: Resultattabeller

Tabell 2. Aldersgrupper.

Aldersgrupper	Prosent
< 20	19
20-30	10
31-45	35
46-61	28
>61	10
Sum	100
(N)	(400)

Tabell 3. Utdanning.

Utdanning	Prosent
Grunnskole	16
Videregående	21
3-årig utdanning	18
Mer enn 3 år med utdanning	46
Sum	100
(N)	(400)

Tabell 4. Bosted.

Bosted	Prosent
Gudbrandsdalen	12
Resten av Øst-Norge	31
Vest-Norge	8
Resten av Sør-Norge	11
Midt- og Nord-Norge	6
Sverige/Danmark	8
Tyskland	11
Nederland	7
Resten av Europa	3
Resten av Verden	4
Sum	100
(N)	(400)

Tabell 5. Yrkesstatus.

Yrkesstatus	Prosent
Yrkesaktiv	69
Student	21
Trygdet	2
Pensjonist	6
Annet	4
Sum	100
(N)	(400)

10.2 Vedlegg 2: Norsk spørreskjema

Spørreundersøkelse om Mimisbrunnr Klimapark 2469

Ved å besvare dette spørreskjemaet hjelper du oss til å se om noe kan forbedres, utvikles eller bør endres på ved guidingen i Klimaparken. På forhånd takk for din deltakelse!

1. Du har i dag deltatt på en guidet tur i Klimaparken, der du har fått informasjon om ulike emner. Hvor mye vil du selv si at du lærte i løpet av denne turen?							
	Svært lite						Svært mye
Sett ett kryss	1	2	3	4	5	6	7
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. I hvilken grad likte du å lære noe underveis?							
	I svært liten grad				I svært stor grad		
Sett ett kryss	1	2	3	4	5	6	7
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Hva satte du pris på å lære noe om?									
Sett ett eller flere kryss	Klima	Arkeologi	Geologi	Jakthistorie	Norrøn mytologi	Isen	Flora/fauna	Lokalområdet	Ingen av delene
	<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"/>

4. Har det du lærte på turen økt din interesse for å lære mer om de forskjellige emnene?				
Sett ett kryss	Ja, i høy grad	Ja, i noen grad	Nei	Vet ikke
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Kunne du være interessert i mer informasjon om ett eller flere av disse temaene?			
Sett ett kryss	Ja	Nei	Vet ikke
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Kommer du til å formidle det du har lært i løpet av denne guidede turen til venner og/ eller familie?				
Sett ett kryss	Ja, helt sikkert	Ja, trolig	Nei	Vet ikke
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tror du ditt besøk i Klimaparken vil øke din interesse for klimaendringer eller vern av naturen?					
Sett ett kryss på hver linje	Ja, helt sikkert	Ja, trolig	Nei	Jeg er allerede veldig interessert	Vet ikke
Klimaendringer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturvern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SNU ARKET!

Vennligst les forklaringene før du svarer på de to neste påstandene.

Guidesertifisering: En sertifisert guide har tatt en spesiell guideutdanning eller utført kurs, hvor vedkommende har oppfylt ulike krav for å kunne bli godkjent som guide. Klimaparkens guider er ikke sertifiserte, og det er i dag heller ikke formelle krav om at de skal være det.

Økoturisme: Økoturisme er berikende natur- og kulturopplevelser, tilrettelagt av ansvarlige reiselivsbedrifter med omsorg for miljø og det lokalsamfunnet man er en del av. En økoturismebedrift stiller spesielt høye krav til vertskap og guider, og formidling og læring er en sentral del av tilbudet. Klimaparken er ikke økoturismesertifisert, og det er heller ikke formelle krav om at den skal være det.

8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander:							
Sett ett kryss på hver linje	Helt uenig						Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7
Sertifiserte guider vil gjøre det mer attraktivt å delta på denne turen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Økoturismesertifisering av Klimaparken vil gjøre det mer attraktivt å delta på denne turen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Litt om deg selv:

9. Er du ...	
Sett ett kryss	Kvinne? <input type="checkbox"/> Mann? <input type="checkbox"/>

10. Hva er din alder?	__ år

11. Hvor kommer du fra?								
Sett ett kryss	Gudbrandsdalen	Annet sted i Øst-Norge	Vest-Norge	Sør-Norge	Midt-Norge	Nord-Norge	Danmark	Sverige
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Hva er din høyeste fullførte utdanning?				
Sett ett kryss	Grunnskole	Videregående skole	3-årig utdanning ved universitet/høgskole	Mer enn 3-årig utdanning ved universitet/høgskole
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

13. Hva er din yrkesstatus?					
<i>Sett ett kryss</i>	Yrkesaktiv	Student	Trygdet	Pensjonist	Annet
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Andre kommentarer om klimaparken:

10.3 Vedlegg 3: Engelsk spørreskjema

Survey about Mimisbrunnr Climate Park 2469

When answering this survey you may help us to improve our guided tours in the Climate Park. Thank you for your participation!

1. You have now taken part in a guided walk in the climate park. You have been given information about different fields. How much would you say that you learned during this walk?							
	Very little						Very much
<i>Check one box</i>	1	2	3	4	5	6	7
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. To which extent did you like to learn something new during the walk?							
	Not at all						Very much
<i>Check one box</i>	1	2	3	4	5	6	7
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. What field did you appreciate to learn about?										
<i>Check one or</i>	Climate	Archaeology	Geology	Huntinghistory	Norse mythology	The ice	Flora/fauna	The local area	Nothing	

more boxes	<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"/>
------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

4. Has your experience during this walk increased your interest in learning more about the fields you have been presented here?				
<i>Check one box</i>	Yes, very much	Yes, to a certain extent	No	Don't know
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Would you like to obtain more information about one or more of the fields?			
<i>Check one box</i>	Yes	No	Don't know
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6 Are you going to tell friends and/or family what you have learned during this guided walk?				
<i>Check one box</i>	Yes, definitely	Yes, possibly	No	Don't know
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Do you think that your visit in the climate park will increase your interest in climate change or nature conservation?					
<i>Check one box at each line</i>	Yes, definitely	Yes, possibly	No	I'm already very interested	Don't know
Climate change	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nature conservation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TURN THE PAGE!

Please read the following explanations before you answer the next two statements.

Guide certification: A certified guide has taken a special guide education or course, where the person has met different qualification demands to be approved as a guide. The guides in the climate park are not certified, and there are no formal Norwegian requirements concerning guide certification.

Ecotourism: Ecotourism is an enriching natural and cultural experience, arranged by responsible tourism organizations that care for the environment and the local community. An ecotourism organization has high requirements for the hosts and guides, and teaching and learning is an important part of the experience. The climate park is not ecotourism certified, and Norway has no formal Ecotourism certification system.

8. How much do you agree or disagree with the following statements:							
<i>Check one box at each line</i>	Totally disagree						Totally agree
	1	2	3	4	5	6	7
Certified guides would make this walk more attractive.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecotourism certification of the climate park would make the product more attractive.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

About you:

9. Are you...		
<i>Check one box</i>	Female? <input type="checkbox"/>	Male? <input type="checkbox"/>

10. What is your age? -- years
--

11. In which country do you live? _____
--

12. What is your highest completed education?				
<i>Check one box</i>	Elementary school	High school	3-years higher education	More than 3-years higher education
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. What is your occupation?					
<i>Check one box</i>	Working	Student	Welfare/benefits	Retired	Other
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Other comments about the climate park:

10.4 Vedlegg 4: Kommentarer fra spørreskjemaene

Løpenummer	Kommentarer
3	ARTIGT!
4	it was great! Thank you
5	it was an excellent performance and I liked it very much!
6	It's really interesting. Thank you!
7	Interesting but expensive.
10	Kjempeinteressant. Lærte mye. Veldig god guide.
13	Var sammen med barnebarn.
16	Veldig interessant. Imponerende og morsomt!
20	Interessant
21	Helt fantastisk!
22	Veldig bra opplegg!
25	Spennende (Litt skummelt i inngangen). Flott/artig.
26	Spennende tur. (Lærerikt)
31	Great tour!
37	FLOTT OG LÆRERIKT
38	Flott tur
39	Veldig bra. Kjempeflink guide!
40	Helt topp
41	Takk for en flott tur
46	Litt stiv pris!! 200 er passe
48	Veldig bra!
51	FLOTT ISHULE/TUR
52	MEGET GOD GUIDE =)
54	Flott anlegg
55	Bra.
57	very nice
58	It is very nice, thanks
60	Flott guide/proff!
63	Klimaparken var flott!
67	En flott opplevelse gå så langt inn i fonda
68	Detta har vært en fin tur :)
73	Dette var veldig bra! :)
74	Morsomt, vakkert, kult og lærerikt
76	Takk for en fin opplevelse
77	Veldig spennende og interessant!!
84	keep up the good and interesting work
86	very good and nice experience
92	Veldig bra!
93	Kjempe spennende
94	;-)
95	KJEMPEDYKTGE GUIDEINGTUR :) <u>Takk!</u>
97	X XXX TAKK
104	VELDIG BRA GUIDING!
120	Very nice and competent guide! :-)
124	Svært interessant for både store og små
127	Bra og jordnært
128	Meget bra - flott opplevelse
129	Veldig flinke guider
135	Dette var en utrolig opplevelse
138	KUL SKLIE. FINT MED FILM. BRA GUIDING
139	Veldig bra tur :-)
143	Du var veldig flink
145	:)
146	Flott!
147	Veldig bra omvisning
148	Bra opplegg
150	Flott idè og tiltak for kunnskapsformidling
151	Veldig interessant og god guiding
152	Flott! Veldig original
153	Veldig spennende :)
155	Veldig kjekke guider! Tusen takk =)
158	Flott opplevelse :)
164	Veldig bra !
167	Kanoninteressant! Girande Tack!
168	Flott anlegg, veldig kjekt å se!
169	Flott tilrettelagt. Supert. Takk
170	Flott opplevelse - kunstnerisk også! Takk!
171	Utmerket, dyktig guide, fin kommunikasjonsform.
172	Kjempeflott!
174	Veldig bra
176	The guide was very good, no cert.required
186	Veldig fornøyd
188	Svært spennende og særegent. Gjerne mer historie
193	Flink guide! :)
194	Kjempebra
197	Imponerende! Flink guide =)
201	Thank you so much for this great experience
204	great experience!
206	:-) :-)
207	Flott opplegg
209	Hyggelig og kunnskapsrik guide
213	Kunnskap
214	Takker for en god og kunnskapsrik guide
215	Spennende idè og opplegg!
216	Passe tid. Flott.
220	Passe tid og passe med info
222	Veldig bra guide

- 224 Bra!
- 231 Fint sted å være, mye å lære
- 232 Flott opplevelse =:)
- 233 Kjempebra!
- 236 Veldig bra! Imponerende!
- 237 Helt Topp!
- 238 tipp-topp!
- 239 Veldig bra
- 240 :)
- 242 Thank you!
- 250 Fordel med små grupper
- 256 Very nice + interesting!
- 258 Very nice, and perfect fonn
- 259 Fin park, flott guide og artig sklie =)
- 262 Flott og interessant. Flink guide.
- 271 I enjoyed it :)
- 274 Jeg er imponert =)
- 279 Interessant tur! Håper den varer :)
- 280 Spectrum of information could be even vider
- 281 Very nice guide with human
- 284 great place!
- 292 Veldig spennende!
- 294 Morsomt og spennende :-)
- 295 Veldig bra
- 297 Tusen takk
- 299 Dyktig guide
- 301 Meget bra utførelse og idè!
- 306 Bra Guide.
- 314 Interesting tour. Thanks
- 316 Flott opplevelse, veldig bra info på turen
- 318 Veldig interessant, bra guider
- 319 Flinke guider
- 322 Kanon gøyt for hele familien& lærerikt:-)
- 331 KALDT =-)
- 336 SUPERBRA!
- 337 interessant och lærerikt! =)
- 338 Superbra tur =) interessant
- 341 Fantatisk opplevelse. Kannig och trevlig guide
- 343 Veldig interessant
- 349 Veldig fin tur! <3
- 351 Was very fine! Thanks
- 352 :)
- 356 Thank you very much-we had fun!
- 357 The information was nice!
- 358 Tour was very good, clear and educative
- 359 Good!!!!
- 360 The park is nice
- 361 Thanks for the tour
- 367 Beautiful
- 369 Well done :)
- 370 Det er kalt her!! :)
- 376 Veldig bra!
- 380 :)
- 384 Guide med god kunnskap og fomidlingsevne.
- 386 Enjoyed the trip very much
- 387 Keep up the good work.
- 389 I like snow
- 396 Rått trivele og lugum tur
- 398 Tusen takk. Fantastisk opplevelse og veldig informativ.
- 401 Interessant
- 404 Thank you!
- 409 Bra opplegg.
- 414 FLIK GUIDE (MARI)
- 415 TIPP TOPP !!
- 30 Bra & interessant for både barn (3 år og oppover) og voksne
- 8 Amazing place to visit. Extremely interesting and beautiful tour.

- 413 Bra guide (Mari)- Kunnig og trevlig. Overraskende stort inne i isen. Skulpturer og utstillingsfönster var spennende. Imponerad! Lycka till med fortsetningen!
- 395 BRA! Men hvor skal dere lage neste når denne fonna smelter? Si litt mer om is og smelting andre steder i Norge og Verden for øvrig.
- 385 Det var spennende og fikk meg til å reflektere mer over klima osv. Veldig flink guide.
- 382 Informasjonsplakatene underveis var veldig nyttige. Repitisjon på veien tilbake. Gjerne flere plakater.
- 283 Jeg synes det var veldig lærerikt. Og det var veldig kult å se alt. Spesielt istunnelen.
- 374 Jeg er mere interessert i Huset Habsburg og opplysningstiden.
- 354 Very impressive, I really would like to learn more about the forming of the ice.
- 355 Loved the tour! Thanks a lot!!! It was very interesting!
- 345 Spennende og interessant. Tema inne var fint m. skulpturer inne og film Flott! Og takk for oss =)
- 348 Very special and interesting. Et ord til som jeg ikke klarer å tyde!
- 315 Very impressive sculptures and work --> maybe more? Like that question were answered
- 307 FANTASTISK! Engasjert og kunnskapsrik guide. Mer informativt & lærerikt enn jeg trodde på forhånd. TAKK =)
- 302 Veldig artig å endelig få guide tur hit! Flott park og imponerende arbeid!
- 288 The guided tour was very interesting and informative, the ice tunnel with films and sculptures spectacular!
I am very glad that we've taken part in the guided walk! Thank you.
- 289 I forgot to ask: How did the sherpas work? Did they move all those stones by hand? Do they have special machine equipment? Why is there no danger of the tunnel and caves to cave in?
- 273 I would work on those movies a bit! (And I am a film maker!)
- 268 Our guide was very knowlegable. Thanks for all the information and nice tour.
- 251 Gjerne et lite kart ove tunnelen, der de ulike skulpturene er navnsatt.
- 244 We hope you can be doing this for a long time in the future! Thank you very much.
- 227 Et flott arbeid. Flink guide!! Bra tilrettelagt. Skulle ønske jeg kunne få all info i et hefte etter avlagt besøk...
- 228 Infoark m/oppl. Om guide tema til de deltagende vil/kan gje meir utbytte.
- 235 Veldig hyggelig opplevelse. Connie var en veldig kunnskapsrik guide.
- 198 Kanskje noe mer om klimaendringer, i Norge og globalt. Kjempebra :)
- 199 Meget bra og bevisstgjørende ift. Klima og miljø ++ :)
- 190 Veldig fin måte å formidle til barn. Gjerne enda flere "barnevennlige" eksempler/forklaringer på Klimaendringer
- 191 Synes klimaparken er litt lite kjent - for eksempel prøvde jeg å google stedet, men når man søker på Mimmi Brunnr så sto det ikke noe om parken.
Kjempespennende opplevelse som jeg varmt vil anbefale. Ups - ville også gitt beskjed til besøkende at det koster 100 å kjøre opp.
- 195 It was a super walk. It is totaly something i would try again. Kalle 9 years :)
- 178 It is an extremely beautiful landscape and should be preserved
- 179 The climate park is very pretty. I enjoyed walking around the ice cave very much.
- 181 The guide made the walk extremely interesting. She was very knowlegable about the various topics. I enjoyed the visit very much.
- 184 Ønsker lys på beskrivelsesplatene på tingene i veggene
- 185 Vi kunne ønske at det var lys over infoen om de tingene som er utstilt. Mere plass i sklia
- 166 Veldig hyggelig og bra guider. Takk for turen Hilsen Julius, Ludvig og Julie
- 162 Kjempegøy. Hørte om dette i programmet Museum P2 og fikk lyst å se dette. Verdt penga.
- 163 Det er ganske gott. Ville gjerne høre mere om isen.
- 136 DET VAR FINE STATUER OG DET VAR KULT MED LEDLYS. KORTARE SAGT DET VAR SUPERGØY!
- 137 Veldig bra og interessant. Veldig dyktig guide! Veldig lærerikt
- 102 En kjempe interessant guidet tur, hvor vi lærte mye. FLOTT INNSATS AV GUIDEN.
- 85 Excellent but it is hard to know these days if what you hear is accurat
- 33 This was a terrific Tour. Our guide was well informed and educated on the topics involved. My family loved the tour.
- 18 Helt OK! Bare mer og mer i framtia, kunst, utstilling og filmer... :)



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Postboks 5003
NO-1432 Ås
67 23 00 00
www.nmbu.no