



LUNDS
UNIVERSITET
Campus Helsingborg

Institutionen för Service Management

Hållbara upplevelser för naturens bästa

Framställningen av den certifierade svenska ekoturismen



Av:

Heidi Ekström

Erik Köpberg

Handledare:
Erika Andersson Cederholm
Carina Sjöholm

Kandidatuppsats
VT 2007

SAMMANFATTNING

Problembeskrivningen ger utgångspunkten för vår uppsats, som utgörs av två olika samhällstrender, en beträffande miljö och en som handlar om upplevelser. Tidigare forskning av certifierad svensk ekoturism har visat att upplevelser spelar en mer framträdande roll än miljö- och hållbarhetsaspekter i ekoturismarrangörers marknadsföring. Frågan är om detta gäller ur ett bredare framställningsperspektiv än enbart marknadsföring.

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur ekoturism utförd i Sverige framställs av ekoturismarrangörer certifierade av Naturens Bästa. Syftet problematiseras med hjälp av följande frågeställningar: Vilken roll spelar hållbarhet i framställningen av ekoturism? Vilken roll spelar upplevelser i framställningen av ekoturism?

Metoden som tillämpades var abduktiv ansats och genomfördes i form av en kvalitativ undersökning genom dokumentanalys där de certifierade svenska ekoturismarrangörernas hemsidor utgör vårt empiriska material.

Teorin som ger uppsatsen dess teoretiska ram omfattas av forskning kring ekoturism. Vidare behandlas hållbarhet utifrån ekologiska; ekonomiska; och sociokulturella aspekter. Upplevelser förankras teoretiskt med hjälp av begreppen upplevelsefältet och tre dimensioner av autenticitet. Avslutningsvis ges teorier kring hur ekoturism kan framställas, med hjälp av kommunikativ iscensättning.

Resultatet av denna uppsats talar för att rollen som hållbarhet respektive upplevelser spelar i framställningen av den certifierade svenska ekoturismen är nyanserad och komplex. Vi har funnit att hållbarhet spelar en relativt framträdande roll i framställningen främst i termer av ekologisk hållbarhet, men även utifrån ekonomisk och sociokulturell. Starkast framhålls hållbarheten i arrangörsbeskrivningar. Upplevelser, å andra sidan, framträder starkast i arrangemangsbeskrivningar. Upplevelserna framställs ofta med stark koppling till den orörda naturen, som något exklusivt eller existentiellt, eller som en kombination av bildning och underhållning.

Nyckelord: Ekoturism, hållbarhet, upplevelser, autenticitet, kommunikativ iscensättning.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Inledning	4
Problembeskrivning	4
Syfte och frågeställningar	6
Disposition	6
Bakgrund.....	7
Metodval och vetenskapligt förhållningssätt.....	8
<i>Kvalitativ metod med abduktiv ansats</i>	9
<i>Den empiriska urvalsprocessen</i>	10
<i>Den teoretiska urvalsprocessen</i>	12
<i>Analytisk process</i>	13
<i>Källkritik</i>	14
Teoretisk ram.....	14
<i>Ekoturism</i>	15
<i>Hållbarhet</i>	16
<i>Upplevelser</i>	19
<i>Kommunikativ iscensättning av ekoturism</i>	23
Analys	25
Hållbarhet	25
<i>Ekologisk hållbarhet</i>	25
<i>Ekonomisk hållbarhet</i>	29
<i>Sociokulturell hållbarhet</i>	30
Upplevelser.....	32
<i>Den orörda naturen</i>	32
<i>Den exklusiva naturupplevelsen</i>	34
<i>Existentiella upplevelser</i>	37
<i>Bildning i naturen</i>	38
Ekoturism som hållbara upplevelser	40

Avslutning	44
Slutsatser och diskussion	44
Reflektioner	47
Referenser	48
Litteratur.....	48
Vetenskapliga artiklar	49
Elektroniska källor.....	50
<i>Bildförteckning</i>	51

INLEDNING

Uppsatsen inleds med en problembeskrivning som ramar in vårt undersökningsfält genom att sätta det i ett sammanhang. På detta följer det avsnitt där vi presenterar uppsatsens syfte och frågeställningar. Därefter ges en beskrivning av hur vi valt att disponera vår uppsats. Kapitlet avslutas med en bakgrundsbild av Sveriges ekoturismresurser i kombination med en beskrivning av Svenska Ekoturismföreningen och Naturens Bästa.

PROBLEMBESKRIVNING

Till grund för vår uppsats ligger två intressanta samhällstrender. Den ena är att hållbarhet blir allt viktigare i och med att miljöproblematiken fått en alltmer framträdande roll i det moderna samhället, samt att det blir mer och mer tydligt att människans beteende påverkar världen runt omkring oss på flera olika sätt. Den gröna rörelsen påverkar allt fler delar av våra liv¹. Folk köper organisk mjölk, miljömärkt tvättmedel och kör miljövänligare bilar i allt större utsträckning. Ekoturism kan ses som ett led i denna trend. Allt fler efterfrågar resor som har minimal påverkan på miljön, gärna inkluderandes bildande element om den ”sköra” naturen och folket som bor där samt bidra till hållbar utveckling lokalt för ekoturismplatsen². Som antyds av epitetet ”eko” i ekoturism blir alltså ekologisk hållbarhet viktig, men inte bara ekologisk hållbarhet utan även hållbarhet i bredare bemärkelse. I Sverige skulle det möjligtvis kunna förhålla sig så att ekoturismtrenden är ännu starkare eftersom Sverige som enda land i den norra hemisfären har etablerat ett certifieringssystem enbart för ekoturismarrangemang: Naturens Bästa³. De certifierade arrangemangen lever upp till fastställda kriterier för god och hållbar ekoturism⁴.

Den andra samhällstrenden handlar om upplevelser. Idag räcker det ej med att göra något utan man måste uppleva något. Upplevelser har blivit något av en samhällstrend och folk vill uppleva saker både i sin vardag och på semestern. Att anspela på möjligheten till unika, annorlunda eller storslagna upplevelser utnyttjas flitigt av kommersiella aktörer inom olika fält, vilket skapar ett mervärde och ”samma produkt” kan ibland säljas för flera gånger det ursprungliga priset om kunden övertygas att den ej längre betalar bara för en vara eller tjänst

¹ Hughes (1995)

² Weaver & Lawton (2002:270)

³ Naturens Bästa <http://www.naturensbasta.se/nb/index.asp> 2007-04-24; Gössling (2006b:72)

⁴ Naturens Bästa <http://www.naturensbasta.se/nb/grundprinciper.asp> 2007-04-24

utan för en upplevelse⁵. Ekoturism är inget undantag från denna regel utan utgör snarare ett tydligt exempel där upplevelser kan skapa mervärden som får kunden att betala ett betydligt högre pris. Detta kan exemplifieras av en kanottur som istället för att generera en uthyrningsintäkt på någon hundralapp kan (om skickligt framställd och marknadsförd) möjligen inbringa en intäkt på flera tusen kronor genom den upplevelse som kan skapas av en guide och en garanti om möten med ett unikt djurliv. För en stadsbo kan kontrasten mellan naturens grönska och stadens gråa betong ge intryck av något skilt från vardagen, något annorlunda,⁶ något som förstärker känslan om att vara med om en upplevelse. Det är just den aldrig sinande efterfrågan på naturupplevelser som har fört turismen till de mest avlägsna platserna i världen⁷.

Ovanstående två trender borde logiskt medföra att såväl hållbarhet som upplevelser spelar en central roll i hur ekoturism framställs av ekoturismbranschen. Således kan man förvänta sig att de svenska arrangörerna framhåller ”gröna” hållbara aspekter i sin marknadsföring för att vädja till turisternas miljömedvetande. Men tidigare forskning, av exempelvis Gössling, påvisar att arrangörers marknadsföring huvudsakligen baseras på att sälja unika upplevelser⁸. Att framhålla att arrangemangen är hållbara turistprodukter som uppfyller kriterierna för ekoturism hamnar därmed i kölvattnet bakom upplevelser. Certifierad ekoturism i Sverige, och möjligen i andra regioner, marknadsförs enligt Gössling, alltså vanligtvis ej längre som en gynnsam och hållbar form av turism utan som upplevelseturism⁹. Marknadsföringsstrategin för ekoturismarrangörer är att genom framställningen av produkterna omvandla vardagliga möten med naturen till oförlömliga upplevelser¹⁰. Därigenom skapas ekonomisk aktivitet varvid naturen kommersialiseras och kommodifieras, det vill säga görs till en konsumerbar produkt på marknaden. Förutom denna vetenskapliga tolkning av arrangörernas marknadsföring bekräftas upplevelsernas överordnade karaktär gentemot hållbarhet explicit från Naturens Bästa. I samband med lanseringen av det svenska certifieringssystemet, påstod en av grundarna att det utgör ett explicit mål från organisationen att avassociera ekoturism från hållbarhet¹¹.

Denna tendens att upplevelseaspekter är klart mer framträdande än hållbarhetsaspekter i framställningen av den svenska ekoturismen samt att detta tycks vara en medveten strategi

⁵ Pine & Gilmore (1999)

⁶ Rodger, Moore & Newsome (2007:160)

⁷ Meyer-Arendt (2004:425)

⁸ Gössling (2006a:89)

⁹ Gössling (2006a:96)

¹⁰ Gössling (2006a:92)

¹¹ Hultman & Andersson Cederholm (2006:85)

från Naturens Bästa kan med tanke på den ovanstående hållbarhetstrenden te sig paradoxal. Vi finner det därav mycket intressant att penetrera den svenska certifierade ekoturismen för att undersöka om det verkligen förhåller sig så att upplevelser spelar en större roll än hållbarhet i framställningen av svensk certifierad ekoturism. Vi kommer dock inte reproducera Gösslings undersökning utan istället inkludera mer material från arrangörernas hemsidor än enbart arrangörernas marknadsföring av sina arrangemang. Även information som inte kan betraktas som renodlad marknadsföring, såsom företagspresentationer, miljö- och företagspolicys, samt i vissa fall återgivna kundreferenser, kommer att analyseras. Målet med vår uppsats är att, genom detta tillvägagångssätt, bidra till en ny eller kompletterande bild av hur ekoturism framställs.

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur ekoturism, utförd i Sverige, framställs av ekoturismarrangörer certifierade av Naturens Bästa.

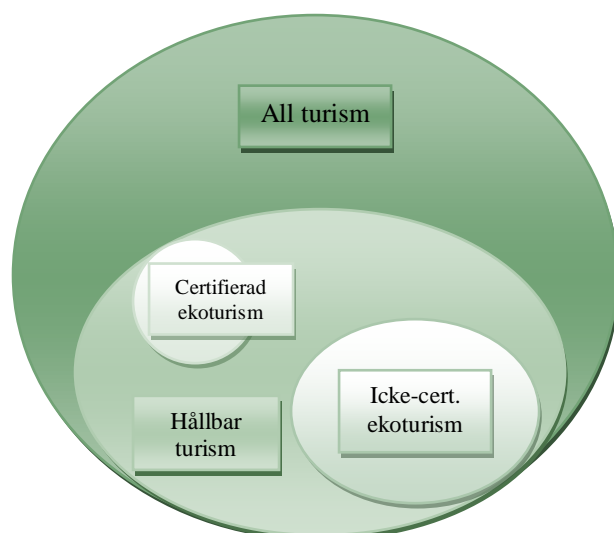
För att kunna uppnå syftet använder vi oss av följande frågeställningar: *Vilken roll spelar hållbarhet i framställningen av ekoturism? Vilken roll spelar upplevelser i framställningen av ekoturism?*

DISPOSITION

Vår uppsats är uppbyggd i tre kapitel, vilka vi har valt att kalla: Inledning, Analys och Avslutning. I det första kapitlet, där vi nu befinner oss, får läsaren ta del av en problembeskrivning; uppsatsens syfte med tillhörande frågeställningar; en bakgrundsbild av Sveriges ekoturismresurser samt en presentation av kvalitetsmärkningssystemet Naturens Bästa; en redogörelse kring metoden vi använt; samt vår teoretiska ram. I uppsatsens andra kapitel förmedlas analysen, där våra tolkningar illustreras med hjälp av utdrag hämtade ur det empiriska materialet. Det avslutande kapitlet levererar våra slutsatser som samtidigt diskuteras i ett bredare perspektiv och kapitlet avrundas med våra reflektioner och förslag på vidare forskning.

BAKGRUND

Sverige har betydande resurser för ekoturism, exempelvis täcker skogen 60 procent av landets yta och det finns 1 600km vandringsleder¹². Redan under 1900-talet utvecklades en betydande infrastruktur för ekoturism, genom upprättande av vägar, kollektivtrafik, camping, och vandrarhem¹³. Sverige utgör det enda exemplet i den norra hemisfären på vad Fredman et al benämner institutionaliserad eller certifierad ekoturism¹⁴. Naturens Bästa, som står för certifieringen av den svenska ekoturismen är således en viktig aktör gällande hur den svenska naturen framställs i ekoturismsammanhang¹⁵. Denna certifierade ekoturism utgör dock en betydligt mindre andel än den icke-certifierade ekoturismen i Sverige. Figuren nedan sätter in den certifierade ekoturismen i Sverige i ett vidare perspektiv, då den kontrasterat mot hållbar turism, icke-institutionaliserad ekoturism och all turism.



Figur 1. Konceptualisering av den svenska ekoturismen. Inspirerad av Fredman et al (2006:25)

Naturens Bästa är ett "kvalitetsmärke för ansvarsfull upplevelseturism i naturen i Sverige. Det som internationellt ofta kallas för ekoturism."¹⁶ Huvudman och initiativtagare är Svenska Ekoturismföreningen i samarbete med Naturskyddsföreningen och VisitSweden. Svenska Ekoturismföreningen är ett nätverk vars medlemmar utgörs av naturresearrangörer, naturvårdare, resenärer, journalister, fotografer, miljökonsulter, och många andra¹⁷. Medlemskap i denna förening utgör ett första steg mot certifieringen av Naturens Bästa, då föreningen

¹² Fredman et al (2006:30)

¹³ Fredman et al (2006:30)

¹⁴ Fredman et al (2006:25)

¹⁵ Hultman & Andersson Cederholm (2006:85)

¹⁶ Naturens Bästa <http://www.naturesbasta.se/nb/index.asp> 2007-04-24

¹⁷ Naturens Bästa <http://www.naturesbasta.se/ekoturism/ekoturismforeningen.asp> 2007-04-24

tillhandahåller ansökningsmaterial i detta syfte¹⁸. Naturens Bästa har sex grundprinciper (kriterier) för vad som konstituerar ekoturism¹⁹. Dessa principer måste uppfyllas av varje enskilt ekoturismarrangemang för att vart och ett ska bli godkänt för märkning av Naturens Bästa²⁰. Det är således inte arrangören som blir godkänd, utan de arrangemang som uppfyller kraven för att märkas med certifieringen Naturens Bästa. Som framgår av kriterierna nedan fokuserar Naturens Bästa på kvalitet längs hela produktkedjan snarare än enbart på miljöaspekter²¹. De sex grundprinciperna för certifiering är:²²

1. Respektera resmållets begränsningar - minsta möjliga slitage på natur och kultur.
2. Gynna den lokala ekonomin.
3. Miljöanpassa hela verksamheten.
4. Bidra aktivt till natur- och kulturskydd. Ekoturismen tar sitt ansvar för den biologiska mångfalden och unika kulturvärden.
5. Satsa på upptäckarglädje, kunskap och respekt. Gott värdskap och väl förmedlade kunskaper är ofta nyckeln till minnesvärda reseupplevelser.
6. Kvalitet och trygghet på resan.

Det är möjligheten till förbättrad marknadsföring som är den största fördelen med en anslutning till Naturens Bästa²³. Certifieringen kan hjälpa till att förbättra turismens hållbarhet, dock ej göra den absolut hållbar. Det finns vissa problem med Naturens Bästa som grundar sig i bristen på helhetssyn.²⁴ Det går exempelvis inte att säga att en resa är hållbar från ett absolut synsätt, eftersom transporten till arrangemangen ignoreras i certifieringssystemet. Det kan också bli problematiskt i märkningssammanhang om priset för anslutning blir så högt att en stor andel av arrangörerna inte har råd att ansluta sig. Detta problem hanteras dock av Naturens Bästa som anpassar priset efter respektive arrangörs omsättning²⁵.

METODVAL OCH VETENSKAPLIGT FÖRHÅLLNINGSSÄTT

Vår metod har inte lämnats därefter under uppsatsarbetet för att, som ofta brukar göras vid forskningsprocesser²⁶, genomföras när väl processen är över. Vi har under arbetets gång skrivit ner sådant som vi upplevt vara av vikt att redogöra för i metodavsnittet. Metodavsnittet fullständigjordes dock som brukligt är i sluttampen av uppsatsens genomförande för att kunna ge en bild av den totala uppsatsprocessen.

¹⁸ Naturens Bästa <http://www.naturesbasta.se/ekoturism/ekoturismforeningen.asp> 2007-04-24

¹⁹ Naturens Bästa <http://www.naturesbasta.se/nb/vembakom.asp> 2007-04-24

²⁰ Naturens Bästa <http://www.naturesbasta.se/nb/grundprinciper.asp> 2007-04-24

²¹ Nilsson (2006:141)

²² Naturens Bästa <http://www.naturesbasta.se/nb/grundprinciper.asp> 2007-04-24

²³ Gössling (2006b:74)

²⁴ Gössling (2006b:73-74)

²⁵ Gössling (2006b:74)

²⁶ Mulinari (1999:36)

Vad som kan vara av betydelse för läsaren att veta, i enlighet med teorin kring *reflexiv metodologi*,²⁷ är att vi som författare redan före uppsatsarbetets början haft vissa förkunskaper i ämnena ekoturism, hållbarhet och upplevelser som fenomen. Våra kunskaper har inte varit fulländade, men har utan tvekan givit oss ett försprång inom fältet vi valt att studera närmare. Även om ambitionen har varit att förhålla oss neutrala och objektiva till studien, vore det bristfälligt av oss att inte ställa oss kritiska till förekomsten av våra egen subjektiva uppfattningar. Läsaren bör vidare vara medveten om att vår nationella kultur har spelat roll vad gäller de tolkningar, av exempelvis naturen, som görs i uppsatsen. Kulturella värderingar är också något som vi försökt ta hänsyn till vid läsningen av andra forskares analyser, i en utomsvensk kontext, som ligger till grund för vår uppsats teoretiska ram. Vad vi vill förmedla läsaren är vår medvetenhet kring hur våra personliga bakgrunder kan ha inverkat på studien, vilket kan ha lett oss till att utreda vissa aspekter närmare än andra²⁸.

KVALITATIV METOD MED ABDUKTIV ANSATZ

Vår undersökning bygger på en *kvalitativ metod*²⁹, eftersom vi eftersträvar en djupare och mer nyansrik skildring av framställningen av fenomenet ekoturism vad gäller hållbarhet och upplevelser. För att kunna utreda detta har vi använt oss av befintligt material, främst bestående av de certifierade arrangörernas egna hemsidor, det är just arrangörernas framställning av ekoturism som utgör den primära empiriska utgångspunkten i vår uppsats. Vi har även använt oss av Naturens Bästas hemsida för att jämföra arrangörernas framställning med Naturens Bästas syn på ekoturism. För området vi har valt att undersöka finns det sannolikt fler än ett sätt att gå tillväga. Vi har valt att använda oss av *dokumentanalys*³⁰ bestående av texter från de certifierade arrangörernas hemsidor för att på den vägen fånga en bild av hur ekoturism framställs. Detta material är intressant att undersöka då det kan ge oss möjlighet att komma åt den stereotypa bilden av ekoturism, såsom fenomenet framställs för allmänheten. Björk anser att marknadsföring av turismarrangemang skapar mentala bilder av vad arrangören lovar turisten, varför det är viktigt att utreda hur arrangörerna framställer produkterna och det som innefattas av erbjudandet³¹. Angreppssättet kan därmed ge ett intressant perspektiv på ekoturism. Ytterligare ett skäl till att vi väljer att analysera arrangörers hemsidor är att: ”*Web mediated interaction between operators and tourists becomes an increasingly important means of creating feelings of endearment between*

²⁷ Alvesson & Deetz (2000:152)

²⁸ Bryman (2001:37)

²⁹ Bryman (2001:268)

³⁰ Patel & Davidsson (1994)

³¹ Björk (2000:199)

*consumer and product*³². Citatet legitimerar vårt tillvägagångssätt, att undersöka arrangörernas hemsidor, eftersom arrangörernas Internetbaserade framställning anses fylla en viktig funktion. Eftersom vi ej tar för givet att ekoturism framställs uteslutande ur ett kommersiellt perspektiv, det vill säga för att locka kunderna till köp, undersöker vår uppsats inte enbart ekoturismprodukten (förhållandet mellan kund och produkt) utan har ett bredare angreppssätt; nämligen hur ekoturism framställs.

Vår undersökning, som bygger på dokumentanalys, har antagit formen av en *abduktiv ansats*³³, då vi pendlat mellan teori och empiri för att på den vägen komma undersökningsfältet på djupet. Undersökningsprocessen har således tagit avstamp i våra förkunskaper kring såväl det som senare skulle utgöra vårt empiriska material som vår vetskap kring vissa teories förmodade användbarhet för vår studie. Denna abduktiva ansats gjorde det möjligt för oss att vara mer öppna och flexibla inför vad empirin skulle komma att aktualisera beträffande teorier, än om vi istället haft en renodlad deduktiv ansats. I efterhand ser vi också hur svårt det troligen skulle bli om vi försökt oss på en induktiv ansats, på grund av de mängder av textdokument vi fann på Internet. Det skulle därmed bli svårt att genomföra ett relevant urval, helt utan teoretiska utgångspunkter.

DEN EMPIRISKA URVALSPROCESSEN

Ett första steg mot att skapa en förståelse för hur den institutionaliserade ekoturismen i Sverige fungerar var att läsa om Svenska Ekoturismföreningen och deras certifieringssystem Naturens Bästa. Materialet fann vi på hemsidorna, www.ekoturism.org och www.naturesbasta.se, vilket också blev den väg på vilken vi fann vad som skulle bli uppsatsens empiri. På Svenska Ekoturismföreningens hemsida presenteras en lista på samliga av föreningens 326 medlemsföretag³⁴, vilka finns listade i 35 olika former av kategoriseringskonstellationer. Vi bestämde oss för att titta vidare under kategorisering utifrån verksamhetsområde (exempelvis hundspann och så vidare), för att få en uppfattning om hur många arrangörer det fanns inom varje fält. Vi skulle kunna ha valt kategorisering av arrangörerna i bokstavsordning, men det kändes både roligare och intressantare att gå vidare med det förstnämnda. Genom valet att titta närmare på hur arrangörerna kategoriseras ges dessutom ökad insikt i hur branschen kan indelas. Vi gick igenom samtliga kategorier och valde, inom ramen för vår undersöknings avgränsning, att titta närmare på en arrangör inom varje

³² Hultman & Andersson Cederholm (2006)

³³ Emsheimer (2005:190)

³⁴ Svenska Ekoturismföreningen <http://www.ekoturism.org> 2007-05-20

verksamhetsområde som i listorna märkts med certifieringen Naturens Bästa. När vi kommit ungefär halvvägs genom listorna upptäckte vi att vissa arrangörer återfanns inom fler än en verksamhetskategori, samt att en och samma arrangör inte alltid syntes certifierad i de olika kategorierna. Genom att läsa mer om certifieringssystemet på Naturens Bästas hemsida förstod vi att det inte var arrangören utan själva arrangemangen som blev certifierade. I dagsläget finns det 68 godkända arrangörer med sammanlagt 173 godkända arrangemang³⁵. I Ekoturismföreningens verksamhetskategoriseringslistor fanns det länkar till respektive arrangörs egna hemsidor. När vi började undersöka dokumenten på arrangörernas hemsidor, uppstod dock ett dilemma huruvida vi enbart skulle analysera dokument anknutna till certifierade arrangemang eller om vi skulle välja tillvägagångssättet att analysera arrangörer som fått minst ett arrangemang godkänt. Detta eftersom vi upptäckte att flera arrangörer ej tydligt på egna hemsidan, uppgav vilka av arrangemangen man tillhandahåller som verkligen är certifierat med Naturens Bästa. Detta samtidigt som certifieringssymbolen ofta förekom på hemsidornas välkomstsidor, då utan anknytning till något visst arrangemang. På så vis tycks arrangörerna tillämpa strategin att sälja alla arrangemang under certifieringen, som för att framhålla att det är arrangören snarare än de enskilda arrangemangen som är certifierade. I själva verket förhåller det sig alltså tvärtom, det är arrangemang och inte arrangörer som certifieras. Det skulle alltså kunna vara så att konsumenten av ett arrangemang tror att den köper mervärdet som certifieringen kan innebära, medan det i värsta fall kan visa sig att just det arrangemanget inte är certifierat. Som en konsekvens av otydligheten av vilka arrangemang som var godkända, beslutade vi oss för att analysera arrangörer som fått minst ett arrangemang certifierat. Vidare är ett urval med enbart godkända arrangemang per se osäkert på så vis att vi inte har insyn i om vissa arrangemang som förekommer på arrangörernas hemsidor inom en snar framtid kommer att certifieras. Det är också så att arrangören måste visa upp ett helhetstänkande beträffande miljö och hållbarhet för att få ett arrangemang godkänt³⁶. Vi finner därav ingen anledning att anta att hållbarhetsaspekter enbart framställs i ett godkänt arrangemang hos en arrangör samtidigt som sådana aspekter skulle vara helt frånvarande i övriga arrangemang som inte blivit certifierade (än). Vid bruk av det fränsedda förfaringssättet, att uteslutande undersöka certifierade arrangemang, hade vi dessutom gått miste om viktigt informationsunderlag relevant för undersökningen om framställningen av ekoturism. Därigenom hade vi uteslutit möjligheten att bredda urvalet och på det viset ta del av texter kring företags- och miljöpolicy på arrangörernas hemsidor. Vårt

³⁵ Naturens Bästa <http://www.naturensbasta.se> 2007-05-20

³⁶ Naturens Bästa <http://www.naturensbasta.se/nb/grundprinciper.asp> 2007-04-24

empiriska undersökningsmaterial avgränsas därför till arrangörsbeskrivningar, policys, produktframställningar, samt i ett par fall kunders röster om arrangemangen – alltsammans inhämtat på arrangörernas respektive hemsidor.

En möjlighet att kringgå ovanstående dilemma, beträffande vilka arrangemang som är certifierade, skulle ha varit att ta hjälp av Naturens Bästas hemsida, där samtliga certifierade arrangemang beskrivs, för att på den vägen komma åt vilka arrangemang vi ville använda som empiriskt underlag. Efter noga överväganden valde vi att hellre basera undersökningsmaterialet uteslutande på arrangörernas egna hemsidor, eftersom man kan ställa sig tveksam till vem som var ansvarig författare av texten om arrangemangen på Naturens Bästas hemsida.

Det empiriska urvalet finns det anledning att diskutera kring, vi ser dock ovan redogjorda metodval som ett sätt att fokusera utredningen. Djup i materialet uppnås dessutom genom att vi valt att titta på ett stort antal arrangörer med certifierade arrangemang inom samtliga verksamhetsgrupper, varför vi eftersträvat en så mångfasetterad återgivning bland de citerade framställningarna som möjligt i analyskapitlet.

DEN TEORETISKA URVALSPROCESSEN

Våra utvalda teorier kan liknas vid glasögon som hjälper oss att fokusera på de delar av det insamlade materialet som för vårt syfte är värt att undersöka närmare³⁷. Konsekvensen av detta blir följaktligen att våra teoretiska aspekter utesluter visst material, med hänsyn till vår uppsats avgränsning. Innehållet i uppsatsens teoretiska ram tjänstgör således som analysverktyg och referensram för hur vi tolkar det insamlade empiriska materialet. För det första försöker vi förklara fenomenet ekoturism, som vår uppsats bygger på. För att kunna diskutera vilken roll hållbarhet spelar i framställningen av ekoturism problematiseras hållbarhetsbegreppet. Begreppet delas in i subkategorierna ekologisk, ekonomisk och sociokulturell hållbarhet. För att kunna analysera upplevelsers roll i framställningen diskuteras även detta begrepp, exempelvis utifrån upplevelsefältet, the tourist gaze, edutainment, samt tre aspekter av autenticitet. Vidare används kommunikativ iscensättning för att kunna föra en diskussion kring framställning.

Urvalet av det teoretiska materialet har delvis skett med hjälp av databasen ELIN, för sökning av artiklar med hjälp av sökord som: ”ecotourism”, ”nature”, ”experience”, ”sustainability”, etc. Utifrån de artiklar som passade inom ramen för vår undersökning kunde vi via artiklarnas

³⁷ Alvesson & Deetz (2000:44)

referenslistor granska den litteratur som hänvisats till, vilket i flera fall har blivit uppsatsens huvudsakliga teoretiska referenser. Bland dessa kan nämnas; Pine och Gilmores bok *The Experience Economy* (1999), Urrys bok *The Tourist Gaze* (1990), Andersson Cederholms avhandling *Det extraordinäras lockelse* (1999), samt det verk utifrån vår uppsatsidé växte fram; nämligen Gösling och Hultmans (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practice* (2006).

ANALYTISK PROCESS

Under analysarbetet har vi sökt finna mönster för det vi lyckats se i det empiriska materialet. Efter insamlingen av en stor mängd empiriskt material föreligger en viss risk för mättnad. Något som kan få konsekvensen av att man under urvalsprocessens gång blundat för de avvikande fallen, eftersom de upplevs falla utom ramen för undersökningens avgränsningsområde. Vad som uppstått är ett beteende som sorterar ut något som egentligen visar på en intressant diskrepans. Detta på grund av ett automatiskt sorteringsmanér som infallit då man söker bekräfta ett tydligt mönster. Med denna medvetenhet om risken för mättnad, har vi i analysen även försökt presentera upptäckta avvikelser. Detta för att ge en mer nyanserad och verklighetstrogen bild av hur upplevelser och hållbarhet i framställningen av ekoturism gör sig till känna.

Analysen är uppbyggd efter tematiska rubriker för att underlätta fokuseringen av det som avhandlas. På grund av utrymmesskäl är det inte möjligt att återge vårt fullständiga empiriska material, varför vi har valt att exemplifiera våra tolkningar med hjälp av utdrag som illustrerar just det som vi har upptäckt. Vår strävan har varit att citaten ska vara illustrativa på ett sätt som syftar till besvarande av uppsatsens frågeställningar. Urvalet ska även ses baserat på de tolkningar som vi ansett vara möjliga att göra utifrån den teoretiska ramen. Den eventuella frågan om utdragen verkligen utgör ett representativt urval kan förklaras med att citaten står som illustrationer av de tankegångar vi för utifrån uppsatta tolkningsramar. Citaten har därmed använts för att förstärka och tydliggöra relevansen i de enskilda resonemangen³⁸. Eftersom arrangörerna i grunden utgör kommersiella företag antar ekoturisten som köper ett arrangemang samtidigt rollen som kund. Således kommer vi i uppsatsen växelvis att benämna turisterna som kund och arrangören som företag.

³⁸ Patel & Davidsson (1994)

KÄLLKRITIK

Vi utgår ifrån de fyra *källkritiska principerna*³⁹. I de fall vi bedömde refererade verk vara av betydelse för fördjupad kunskap har vi uppsökt och tagit del av *primärkällan*⁴⁰ enligt *oberoendepincipen* då den ursprungliga källan anses vara mer trovärdig. Ett godkännande av äldre ursprungskällor skulle kunna medföra osäkerhet beträffande sanningsvärde med tanke på tiden som gått och vidare forskning som uppkommit efter det att verket tryckts. För att uppfylla *tidskriteriet* använder vi oss därmed av nyare skrivelser, ofta i form av vetenskapliga artiklar, som komplement till de äldre litterära verken. För att försäkras om källornas *tendensfrihet* har vi tagit del av ett relativt stort antal vetenskapliga artiklar kring fenomenet ekoturism, vilket samtidigt skapar djup och ett mer fulländat perspektiv. Som omnämnt ovan har flera av våra källor tillgängliggjorts via Internet, vilket kan bli problematiskt i enlighet med *äkthetskriteriet*. Att arrangörerna är vilka de utger sig för att vara legitimeras av att flertalet av hemsidorna finns länkade till och från organisationer, såsom Naturvårdsverket, samt det faktum att vi fann dem via Svenska Ekoturismföreningens medlemslistor. Hade vi däremot sökt ekoturismarrangörer på egen hand, genom att exempelvis använda sökmotorn Google, hade det funnits större skäl att ifrågasätta trovärdigheten hos det empiriska materialet.

TEORETISK RAM

Den teoretiska ramens delar tjänar som verktyg för att teoretisera fenomenet ekoturism med hjälp av begreppen hållbarhet och upplevelser. I det första avsnittet förses läsaren med en teoretisk redogörelse för fenomenet ekoturism. Ett nödvändigt kriterium för ekoturism är att den ska vara hållbar, varför en beskrivning av begreppet hållbarhet ges. Begreppet delas in i subkategorierna hållbarhetens ekologiska, ekonomiska, samt sociokulturella aspekter. Tidigare forskning framhåller upplevelser som en viktig komponent för hur ekoturism tillämpas i praktiken. Avsnittet kring upplevelser behandlar vad som konstituerar upplevelser, hur dessa kan kategoriseras och förstås. Vi delar in avsnittet kring upplevelser under rubrikerna Upplevelsefältet och Autenticitet. Avslutningsvis redogör vi för vad som menas med kommunikativ iscensättning för att ge teoretiskt stöd för hur vi förhåller oss till vårt empiriska material.

³⁹ Thurén (2005)

⁴⁰ Thurén (2005:53)

Ekoturismen syftade ursprungligen till att hantera de negativa följderna som massturismen drog med sig, genom att uppmuntra till småskalighet och miljövänlighet i turismarrangemangen⁴¹. Ekoturismens önskade korrigerande effekter består dels i att aktivt förespråka bevarande av miljön, men även av att skapa ekonomiska fördelar⁴².

Enligt Lim och McAleer betraktas ekoturism ofta som en form av naturbaserad turism⁴³. Chirgwin framhåller att flertalet forskare ser ekoturism som en subkategori till naturturismen⁴⁴. Naturturism sker som namnet antyder i naturen, och bygger på att skapa förståelse och bevarande. Ekoturismen liknar naturturismen, fränsett att det inom ekoturism finns krav på inslag av bildning samt att denna typ av turism ofrånkomligt bör sträva mot målet att skapa ekologisk hållbarhet.⁴⁵ Ekoturism är alltså inte detsamma som naturturism även om de kan sägas vara relativt närbesläktade. Detsamma gäller i allra högsta grad även relationen mellan ekoturism och hållbar turism. Skillnaden dessa emellan är, enligt Björk, att ekoturism är en specifik turismform som är hållbar, medan hållbar turism innefattar principer som samtliga turismformer borde underkasta sig,⁴⁶ alltså kan gälla även icke naturbaserade turismformer.

Ekoturism är ett intensivt debatterat begrepp inom turismforskningen. Det finns dock viss konsensus bland forskarkåren att ekoturism åtminstone ska uppfylla tre olika kriterier för att kunna klassificeras som ekoturism⁴⁷. Dessa inkluderar enligt Weaver och Lawton att turismen äger rum i den naturliga miljön med kulturella attraktioner som ett sekundärt inslag. Vidare bör samspelet mellan ekoturisten och miljön baseras i första hand på lärande och uppskattning, snarare än hedonism och adrenalinsug. Det tredje kriteriet består av att: ”*Ecotourism is expected to be environmentally, socioculturally and economically sustainable*”⁴⁸. Enligt det sistnämnda kriteriet framgår alltså att ekoturism består av tre typer av hållbarhet: miljömässig/ekologisk, ekonomisk och sociokulturell. Begreppet ekoturism är dock svårt att operationalisera på grund av dessa kriteriers diffusa gränser⁴⁹. Hur mäter man exempelvis om resan bildar turisten? Även om resan innehåller tydliga drag av bildning hur kan man avgöra att detta är viktigare för turisten än njutning?

⁴¹ Ryan, Hughes & Chirgwin (2000:148-149)

⁴² Ayala (1995:356) i Lim & McAleer (2005:1431-1432)

⁴³ Lim & McAleer (2005:1432)

⁴⁴ Chirgwin (2005:50)

⁴⁵ Rodger, Moore & Newsome (2007:160-161)

⁴⁶ Björk (2000:197)

⁴⁷ Blamey (1997) i Weaver & Lawton (2002:270)

⁴⁸ Weaver & Lawton (2002:270)

⁴⁹ Weaver & Lawton (2002:270)

Som framgår av ovanstående diskussion ses ekoturism huvudsakligen som något i grunden positivt med en slags potential att göra världen bättre. Wheeler hävdar dock att ekoturism är långt ifrån en lösning, utan utgör snarare en potentiell fara då det öppnar upp nya turismdestinationer som annars fått ligga ostörda⁵⁰. Här föreligger antagandet om att en kommersialisering av platserna genom att småskalig ekoturism oundvikligen leder till storskalig masssturism. Vad som har hänt genom ekoturismens utveckling är att konceptet nu till stor del antagit formen av en kommersialiserad produkt⁵¹, vilket vissa ursprungliga förespråkare för ett grönt resande förmodligen ogillar.

Weaver och Lawton påvisar i en undersökning att ekoturism inte är ett homogent fenomen och visar därigenom relevansen av att särskilja olika typer av ekoturister. I grova drag fann de att ekoturister kan delas in i antingen ”harder” eller ”softer ecotourists”. Ekoturister kan placeras in någonstans längs ett kontinuum där mjuk utgör ena ändpunkten och hård utgör den andra extremiteten. Skillnaderna mellan typerna emellan är bland annat att hårdare ekoturister (jämfört med mjukare): har starkare miljöengagemang, anser att ekoturism bör förbättra hållbarhetsaspekterna (snarare än att inte försämra), föredrar mindre grupper, vill ha mer fysiskt krävande resor, föredrar personliga upplevelser (snarare än tolkningar från guiden) samt anser att olika typer av moderna bekvämligheter är mindre viktigt.⁵²

HÅLLBARHET

Hållbarhet intar, som framgår av den teoretiska diskussionen ovan, en framskjuten och nödvändig roll inom ekoturism. I detta stycke ämnar vi klargöra ytterligare för vad hållbarhet innebär samt presentera förslag på en möjlig indelning av begreppet i tre subkategorier.

Hållbarhetsdiskursen har sitt ursprung i miljörörelsen, vilken initialt präglades av vaga antitillväxtkänslor med det ideologiska syftet att göra världen bättre⁵³. Hållbarhet behöver ej nödvändigtvis vara antitillväxt men denna diskurs tillkännager att det finns begränsningar för tillväxten,⁵⁴ då utvecklingen bör präglas av långsiktig hänsyn gentemot miljön, ekonomier och lokala kulturer. Hållbarhet ses som en socialt önskvärd lösning bestående av bevarande av resurser så de görs tillgängliga för framtida generationer⁵⁵.

⁵⁰ Wheeler (1991, 1993) i Ryan, Hughes & Chirgwin (2000:149)

⁵¹ Deng, King & Bauer (2002)

⁵² Weaver & Lawton (2002)

⁵³ Hughes (1995:50)

⁵⁴ Hughes (1995:50)

⁵⁵ Hughes (1995:52)

Det centrala för ekoturismen, enligt Björk, är att skapa en långsiktig balans mellan ekologiska, ekonomiska och sociokulturella aspekter av utveckling,⁵⁶ för att göra utvecklingen hållbar. Just konceptet långsiktighet tycks utgöra kärnan i hållbarhet. En annan huvudingrediens i det hållbara receptet är småskalighet, exempelvis i turistgruppernas storlek med anledning av att medföra minsta möjliga inverkan på besöksmålet⁵⁷. Hållbarhet är liksom ekoturism emellertid ett problematiskt begrepp, exempelvis förekommer oenighet om hållbarhet ska ses som någonting som ska förbättra de ekologiska, ekonomiska och sociokulturella aspekterna, eller om det räcker med att inte försämra dessa⁵⁸.

EKOLOGISK HÅLLBARHET

Den ekologiska hållbarheten kan ses som något nödvändigt eftersom studier om människans miljöpåverkan antyder att en ohållbar ekologisk utveckling långsiktigt leder till inget liv och ingen framtid. Miljöproblem som ozonskikt, växthuseffekt, luft- och vattenföroreningar och skövlingen av skog brukar få tjäna som exempel på detta⁵⁹. Lisberg Jensen anser att ekoturismens baksidor innefattar miljöbelastning orsakad av transporter till och från destinationer och att ökade besökstal alltid medför ökad belastning på växt- och djurlivet, även om ekoturismen bygger på enkelhet i livsstilen. Det centrala i ekoturismen är bevarande av de lokala ekosystemen, därför är hållbart utnyttjande av de lokala resurserna avgörande.⁶⁰ Till skillnad från konventionell turism, som påverkar lokala miljöer både fysiskt och kulturellt, är ekoturismens målsättning att turismexploateringen ska leda till att platsen lämnas i bättre skick än före den utveckling som initierades⁶¹. Många fall av ekoturism syftar till anskaffning av resurser för att bevara annars övervuxna marker eller för att stabilisera antalet hotade jaktjur⁶². Genom ekoturism ges det incitament att skydda den känsliga naturmiljön, vilken utan ekoturism hade riskerats att förstöras permanent, exempelvis genom att landskapet odlas upp⁶³.

⁵⁶ Björk (2000:194)

⁵⁷ Rodger, Moore & Newsome (2007:170-171)

⁵⁸ Weaver & Lawton (2002:270)

⁵⁹ Hughes (1995:52)

⁶⁰ Lisberg Jensen (2006)

⁶¹ Mehta (2006) i Blangy & Mehta (2006:234)

⁶² Blangy & Mehta (2006:235)

⁶³ Nilsson (2006:137)

EKONOMISK HÅLLBARHET

Murphy betonar vikten av inblandning av lokalsamhället i turismsammanhang. Det är även av vikt för lokalsamhället att utvecklingen präglas av småskalighet⁶⁴. Det finns dock många exempel i världen där den lokala kulturen och naturen utsätts för storskalig exploatering och kommodifiering, av aktörer som står utanför den lokala sfären, och därigenom kan turism tvärtom lokal utveckling leda till att stärka lokala missförhållanden⁶⁵. Å andra sidan kan hållbar turism ses som motsatsen till massturism och kan leda till jobbskapande⁶⁶. Ekoturism kan således medföra glesbygdsutveckling där pengarna från den lokala turismen stannar lokalt⁶⁷. Ekoturism skapar därmed möjlighet till alternativa inkomstkällor och arbetstillfällen i en miljö som annars skulle riskera att avfolkas på grund av att industrier flyttar därifrån⁶⁸. Då ekoturism syftar till att stärka det lokala samhället, är arrangörer som återinvesterar i det lokala viktigt, så att den förslitning som besökare ger upphov till kan betalas tillbaka⁶⁹.

SOCIOKULTURELL HÅLLBARHET

Greenwood påstår att turism leder till kommodifiering, vilket anses förändra meningen av lokala kulturer och mänskliga relationer. Om lokala kulturer reproduceras som turistiska attraktioner förstörs lokalkulturerna och blir meningslösa för människorna som en gång levde efter dem. Eftersom lokala kulturer kan kommodifieras av vemsomhelst, då inget tillstånd från lokalbefolkningen krävs, ökar risken för en exploatering av både kulturen och lokalbefolkningen.⁷⁰ Cohen påvisar dock att detta är ett mynt med två sidor. Närvaron av turismmarknader kan istället underlätta bevaringen av kulturella traditioner och identiteter som annars skulle riskera att försvinna.⁷¹ Genom sin blotta närvaro förmodas lokalbefolkningen göra resmålet mer lockande⁷². Utan ekoturism hade känsliga kulturmiljöer riskerat att förstöras permanent⁷³. Lisberg Jensen anser att avgörande för arrangemang inom ekoturism är att lokalbefolkningen sätter villkoren för hur turistupplevelsen kommer att se ut, med hänsyn till boende och kunskapsspridning kring lokala seder och bruk⁷⁴. Pettersson diskuterar sameturism som en form av ”indigenous tourism”, eller en typ av turism där någon form av ursprungsbefolkning utgör kärnan i turismen. Kunskapsspridning om samekulturen kan

⁶⁴ Hughes (1995:159)

⁶⁵ Cohen (1988)

⁶⁶ Hughes (1995)

⁶⁷ Nilsson (2006)

⁶⁸ Nilsson (2006); Pettersson (2006)

⁶⁹ Lisberg Jensen (2006)

⁷⁰ Greenwood (1977) i Cohen (1988)

⁷¹ Cohen (1988:382)

⁷² Andersson Cederholm (1999:57)

⁷³ Nilsson (2006:137)

⁷⁴ Lisberg Jensen (2006)

innebära att sameturism idealiskt medför en långsiktig bevaring av kulturen.⁷⁵ Dock går Pettersons resonemang om de sociokulturella riskerna med ekoturism i linje med Greenwoods slutsatser ovan; turismen kan hota ursprungskulturen på grund av överkommersialisering⁷⁶. För vidare diskussion kring kulturell kommodifiering, se teorikapitlet om autenticitet nedan.

UPPLEVELSER

Pine och Gilmore myntade begreppet ”The Experience Economy”, i Sverige benämnt som ”upplevelseindustrin” eller ”upplevelseekonomin”⁷⁷, utifrån konstaterandet att det idag inte längre är tillräckligt för företag att erbjuda enbart tjänster och produkter till kunderna. Vad som krävs och efterfrågas är upplevelser av något slag.⁷⁸ Upplevelseekonomin erbjuder inte bara fysiska varor att ta med hem, utan även minnen, personliga utmaningar och nya former av kunskap och insikt om sig själv och andra⁷⁹. Upplevelser kan uppmana till ett mångfasetterat engagemang; emotionellt, fysiskt, intellektuellt, till och med spirituellt⁸⁰. Varan i upplevelseekonomin är främst relaterad till tid, och högst individuell, då upplevelser aldrig uppfattas på samma sätt av två personer. För att överhuvudtaget överleva på uppmärksamhetens marknad krävs det ofta starka upplevelser som gör mer än engagerar och underhåller, nämligen berör på ett djupare plan.⁸¹ Mossberg menar att upplevelser syftar till att göra kunden engagerad, eftersom emotionella värden är betydelsefulla vid konsumtion⁸². Upplevelser handlar således till stora delar om att använda och påverka kundens sinnen. Känslor som väcks innefattas dels av att befinna sig i en annan tid, dels känslan av samhörighet och gemenskap med övriga deltagare⁸³. Men andra turisternas närvaro kan istället för att förstärka upplevelsen påverka den negativt, detta beroende på vilka faktorer som turisten värderar som betydelsefulla för upplevelsen⁸⁴. Det ideala är när kunden upplever arrangörens erbjudande som extraordinärt, vilket innebär ett överraskningsmoment eller något extra som besökaren ej förväntat sig, vilket gör att anekdoten når berättarvärde⁸⁵.

⁷⁵ Pettersson (2006)

⁷⁶ Pettersson (2006:166)

⁷⁷ O’Dell (2002:15)

⁷⁸ Pine & Gilmore (1999:2)

⁷⁹ O’Dell (2002:20-21); Saltzman (1999:229)

⁸⁰ Pine & Gilmore (1998:98)

⁸¹ Pine & Gilmore (1999:2, 163)

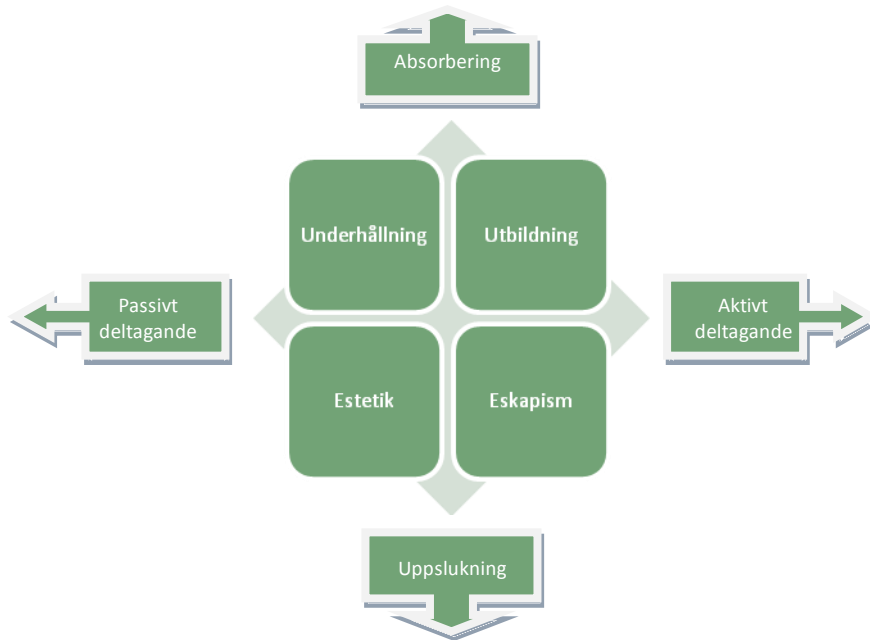
⁸² Mossberg (2003:11)

⁸³ Svensson (1999:122)

⁸⁴ Chirgwin (2005:59)

⁸⁵ Mossberg (2003:185-186)

Pine och Gilmore har även myntat begreppet ”upplevelsefältet”,⁸⁶ illustrerat i figuren nedan, med kriterier för vad en lyckad upplevelse utgörs av.



Figur 2. Upplevelsefältet. Inspirerad av Pine. & Gilmore (1999:29); Text efter Mossberg (2003:51).

I upplevelsefältet illustreras två dimensioner, där den första utmäter graden av kundens deltagande som antingen aktivt eller passivt⁸⁷. Vid ett passivt deltagande påverkar inte kunden upplevelsens utformning, utan antar rollen som observatör eller betraktare. Ett å andra sidan aktivt deltagande innebär att kunden antar en nyckelroll i upplevelsens tillblivelse. Som ett exempel på aktivt deltagande nämns skidåkning, samtidigt som ett betraktande av skidåkare inte uteslutande ska ses som ett passivt deltagande, då ett betraktande kan bli mer eller mindre aktivt utifrån grad av inlevelse i det som sker omkring en. Den andra dimensionen i upplevelsefältet utmäter spektrumet mellan huruvida kunden låter sig uppslukas av (eller går in i) upplevelsen, och kundens absorbering (då upplevelsen går in i kunden)⁸⁸. Ju fler sinnen som väcks till liv, desto större är sannolikheten för ett uppslukande tillstånd av upplevelse ska ske. Som ett exempel på vad författarna menar tänker vi oss skillnaden mellan att se en lokatt inhägnad på zoo (en form av passivt deltagande med utrymme för absorbering), jämfört med att få lära sig om och samtidigt vara med om att spåra upp djuret ute i dess vilda tillstånd (en form av aktivt deltagande där uppslukning troligen inträffar).

⁸⁶ Pine & Gilmore (1999:30)

⁸⁷ Pine & Gilmore (1998:102)

⁸⁸ Mossberg (2003:51); Pine & Gilmore (1998:102)

Upplevelsefältet gör det samtidigt möjligt att kategorisera fyra typer av upplevelser inom de två dimensionernas spektra som utgörs av: underhållning, utbildning, estetik och eskapism. Underhållning innebär ett större mått av passivitet än utbildning som istället är mer aktivitetsberoende. Båda formerna av upplevelser är mer riktade åt att vara absorberingsbetonade än kategorierna estetik och eskapism. Upplevelser som faller under kategorin eskapism ställer högre krav på aktivitet och uppslukning av kunden i form av upplevd verklighetsflykt än vad underhållning och utbildning gör. Minskas kraven på aktivt deltagande faller upplevelsen i fråga istället under kategorin estetik, då kunden antar en mer passiv roll i det fall denne låter sig uppslukas av upplevelsen.⁸⁹ Precis som underhållning innebär estetik alltså också ett passiviserande av kunden, men skillnaden dessa emellan är att fältet estetik utgör en djupare upplevelse med större chans till uppslukning, eftersom fler sinnen involveras.

Beroende av upplevelsefältets underhållning och estetiks passiva karaktär ser vi en koppling till vad som kommit att kallas ”the tourist gaze”. Beroende på graden av absorbering eller uppslukning är tourist gaze mer eller mindre likt underhållning eller estetik. Tourist gaze innebär ett betraktande och riktas emot det som ses som annorlunda, exempelvis natur. Begreppet syftar till en objektifiering av det som betraktas⁹⁰. Tourist gaze innebär ett tillstånd då turisten tar del av, utan att ta del i, det som betraktas och därför är betraktandet passivt⁹¹.

Det koncept som Pine och Gilmore kallar ”edutainment” utgör en integrering mellan de två upplevelsefälten utbildning och underhållning⁹². Genom att dessa förenas kan förutsättningar för en sinnlig erfarenhet skapas tack vare en förankring mellan kunskap och plats⁹³. Detta skulle kunna ge befintliga erbjudanden ett mervärde,⁹⁴ då turisten ges möjlighet att få en känsla för platsen tack vare de lärdomar som förmedlas i samband med underhållningen.

AUTENTICITET

Andersson Cederholm gör en distinktion mellan tre olika aspekter av autentiska upplevelser: det ursprungliga, det unika, samt existentiell autenticitet⁹⁵. Autenticitetsbegreppet i turism-sammanhang präglas starkt av att förmedla en bild av en i det närmaste mytologisk ursprunglighet och orördhet. Här ses autenticitet som en inneboende egenskap hos platsen eller kulturen. I denna bild av äkthet anses kulturer och naturer vara bevarade och tiden anses

⁸⁹ Pine & Gilmore (1998:102)

⁹⁰ Urry (1990:3)

⁹¹ Ryan, Hughes & Chirgwin (2000)

⁹² Pine & Gilmore (1999:32)

⁹³ Pine & Gilmore (1999:32-33)

⁹⁴ Mossberg (2003:183, 190)

⁹⁵ Andersson Cederholm (1999, 2004); Hultman & Andersson Cederholm (2006)

stå stilla.⁹⁶ Cohen hävdar att den alienerade moderna turisten söker primitiva och naturliga platser som ännu är orörda av moderniteten. Eftersom detta har gått förlorat från turistens egen värld hoppas turisten finna detta i andra tider och platser.⁹⁷ Autenticitet är ett modernt värde⁹⁸ som präglas av en nostalgi efter ett förlorat förflutet då turisten vill uppleva hur det var förr och på andra platser⁹⁹. På så vis skapas en dikotomi mellan turistens moderna vardagsliv och turismarens ursprunglighet. Ett avstånd skapas mellan turisten och lokalbefolkningen, där den sistnämnda framställs som primitiv, annorlunda att betrakta och på något sätt opåverkad av tiden. Detta illustreras av benämningen ”den autentiske Andre”¹⁰⁰, vilket framgår särskilt tydligt när lokalbefolkningen utgör en så kallad ursprungsbefolkning. Ursprungsbefolkningen framställs alltså som autentisk och därigenom förmedlas implicit en bild av den ”moderna” kulturen, i vilken turisten lever, som oäkta. Synen på vissa kulturer som statiska och orörda av tidens gång är problematisk eftersom alla kulturer konstant deltar i processen av rekonstruktion¹⁰¹.

Ekoturism kan ses som sökandet efter unikheter eller den unika upplevelsen, vilket utgör den andra aspekten av autenticitet. Autenticitet handlar här inte så mycket om destinationernas unikheter som arrangörernas unika produktpaketering¹⁰². Det unika är mer kontextuellt medan det ursprungliga är platsbetingat. Därmed kan unikheten finnas varsomhelst i världen och inte enbart i de kulturer och platser som laddats av västerländsk mytologi med renhet och orördhet.¹⁰³ För att tilltala turister använder sig arrangörer här ofta av exklusivitet som ett försök att förmedla unikheten i deras respektive arrangemang¹⁰⁴.

Många resenärer vill inte, i motsats till den första aspekten av autenticitet, vara distanserade betraktare till ett skeende utan vill istället delta till både kropp och själ¹⁰⁵. Om den unika upplevelsen främst berör ett aktivt kroppsligt deltagande behandlar termen existentiell autenticitet främst ett aktivt själsligt deltagande roll hos turisten. Naturen kan ses som ett medium för att nå en holistisk upplevelse med en känsla av delaktighet i något större och evigt ”*bringing you in collective harmony with the life that surrounds us*”¹⁰⁶. Detta som kontrast till det moderna stresssamhället. Av detta framgår att upplevelsen blir en djup process

⁹⁶ Andersson Cederholm (2004:227)

⁹⁷ Cohen (1988)

⁹⁸ Cohen (1988)

⁹⁹ Svensson (1999:108-109)

¹⁰⁰ Andersson Cederholm (2004:235)

¹⁰¹ Greenwood (1982:27) i Cohen (1988)

¹⁰² Hultman & Andersson Cederholm (2006:83)

¹⁰³ Andersson Cederholm (2004:235)

¹⁰⁴ Hultman & Andersson Cederholm (2006:82-83)

¹⁰⁵ Andersson Cederholm (1999:59)

¹⁰⁶ Hultman & Andersson Cederholm (2006:84)

där sinnesupplevelserna betonas. Upplevelsens djup är inte nödvändigt för att den ska ses som unik, vilket särskiljer den existentiella autenticiteten från den unika upplevelsen. Turisten placeras mitt i naturen med möjligheter till interaktion med den, istället för att stå utanför och ”objektivt” observera den¹⁰⁷. Snarare än en turistisk gaze på ett avlägset landskap, som enbart aktiverar synsinnet, är fokuset på upplevelsen mer helhetsinriktat. Turistens samtliga sinnen görs delaktiga, varför man ofta talar om en totalupplevelse¹⁰⁸. Individen upplever en känsla av tillhörighet med plats och historia, befinner sig här och nu samt reflekterar inte över dåtid och framtid. Detta kan även benämnas som en ”flow-upplevelse”¹⁰⁹.

Karaktären av naturen framställs ofta som icke ifrågasatt autenticitet. Detta kanske beror på att den ofrånkomligen tycks ses som naturlig, eftersom natur per definition svårligen kan ses som onaturlig. Däremot ifrågasätts autenticiteten av kulturella aspekter såsom hur lokala kulturer framställs. MacCannells motsägelsefulla term ”staged authenticity”¹¹⁰ fångar spänningen mellan ”verklig” autenticitet och turismens iscensättning av autenticitet för att anpassa sig till turisternas efterfrågan. Kommodifieringen, vilket kan sägas innebära att något (exempelvis kultur och natur) reduceras till konsumerbara marknadsprodukter, sprider sig över världen och innefattar alltfler aspekter av livet¹¹¹. Ofta ses frånvaron av kommodifiering som ett nödvändigt kriterium för autenticitet¹¹².

KOMMUNIKATIV ISCENSÄTTNING AV EKOTURISM

Eftersom vi i denna uppsats analyserar de certifierade svenska arrangörernas framställning av ekoturism i termer av hållbarhet och upplevelser är det även av vikt att ur ett teoretiskt perspektiv diskutera just framställningen. Utifrån ett marknadsföringsperspektiv skapar turismarrangemang mentala bilder av vad arrangören lovar turisten, varför det är viktigt att utreda hur arrangörerna framställer produkterna och det som innefattas av erbjudandet¹¹³. Clarke och Schmidt anser att det är av vikt för serviceföretag att anpassa sin marknadsföring efter olika kundsegments respektive efterfrågan. Detta eftersom budskapet präglas av vem som står som mottagare av det som förmedlas.¹¹⁴ Om detta resonemang appliceras på ekoturismkontexten skulle det kunna hävdas att arrangörens framställning av ekoturism kan ses bero på vem som är mottagare av informationen som ges. Arnould med flera diskuterar

¹⁰⁷ Hultman & Andersson Cederholm (2006:86)

¹⁰⁸ Andersson Cederholm (1999:59)

¹⁰⁹ Andersson Cederholm (2004:228)

¹¹⁰ McCannell (1973)

¹¹¹ Cohen (1988:380)

¹¹² Cohen (1988:375)

¹¹³ Björk (2000:199)

¹¹⁴ Clarke & Schmidt (1995:150)

hur den amerikanska vildmarken framställs och just denna framställning benämner de som kommunikativ iscensättning (communicative staging) av vildmarken¹¹⁵. Framställningen av ekoturism, som vi undersöker i vår uppsats, skulle därigenom kunna benämnas den kommunikativa iscensättningen av ekoturism. Den kommunikativa iscensättningen sker genom hur naturen framställs, då betydelser och värden presenteras¹¹⁶. Det kommunikativa inslaget kan således ses grundat i kulturella förståelseramar¹¹⁷. Detta eftersom kulturella språkbetingelser skapar ramar för hur människor förstår exempelvis naturen, då arrangören kan välja att framställa denna med ord som väcker en viss förståelse eller känsla hos individen¹¹⁸.

¹¹⁵ Amould, Price & Tierney (1998)

¹¹⁶ Amould, Price & Tierney (1998:90)

¹¹⁷ Amould, Price & Tierney (1998:91)

¹¹⁸ Amould, Price & Tierney (1998:98)

ANALYS

I analysen tolkar vi det empiriska materialet med hjälp av den teoretiska ramens verktyg. Utdrag från arrangörernas hemsidor tjänstgör som illustrationer för det som våra resonemang berör. För att kunna besvara frågan; vilken roll hållbarhet spelar i framställningen av den certifierade svenska ekoturismen, använder vi oss av en typologisering av hållbarhetsbegreppet. Vår andra fråga; vilken roll upplevelser spelar i framställningen av den certifierade svenska ekoturismen, avhandlas under tematiska rubriker. Avsnitten kring hållbarhet och upplevelser sammankopplas därpå, för en analys av relationen dessa båda aspekter emellan.

HÅLLBARHET

Avsnittet är uppbyggt i enlighet med den teoretiska ramens typologisering av hållbarhetsbegreppet. Dessa typer utgörs av: Ekologisk hållbarhet, Ekonomisk hållbarhet och Socio-kulturell hållbarhet.

EKOLOGISK HÅLLBARHET

En indikation på att miljön är en viktig del för den certifierade svenska ekoturismen är att ett stort antal arrangörer tillägnar sitt miljöarbete en egen rubrik på sina hemsidor. Detta mönster kan betraktas som förväntat då arrangörerna är underkastade relativt detaljerade miljökrav från Naturens Bästa för att kunna mottaga och behålla certifieringen¹¹⁹. Vidare är det med miljövänlighet som god ekoturism främst förknippas, vilket utgör orsaken bakom epitetet eko (ekologi) framför turism i fenomenets benämning¹²⁰. Det är också ekologisk hållbarhet som vi finner vara den mest vanliga formen av hållbarhet i arrangörernas framställning.

Som framgick av den teoretiska ramen utgör småskalighet en central aspekt av hållbarhet. Ofta hänvisar arrangören till småskaligheten för att uppvisa sin hänsyn för djur och natur: att inte skrämma, störa eller påverka djurens naturliga beteende.

Med respekt för djuren har vi valt att begränsa antalet platser på älg- och vargturer i sommar. Vi rekommenderar därför att ni bokar i god tid.¹²¹

Ökade besökstal medför enligt Lisberg Jensen alltid ökad belastning på växt- och djurlivet¹²². Arrangören Skogens Konung försöker begränsa antalet gäster i syfte att minimera den

¹¹⁹ Naturens Bästa http://ekoturism.perlin.nu/illustrationer/fil_20051017152646.pdf 2007-05-18

¹²⁰ Björk (2000:194)

¹²¹ Skogens Konung <http://www.kolarbyn.se> 2007-04-24

mänskliga påverkan på djurlivet, vilket överensstämmer med bland annat Rodger med fleras syn på god ekoturism, att den karaktäriseras av småskalighet i turistgruppernas storlek med anledning av minsta möjliga inverkan på besöksområdet¹²³. Naturen iscensätts i citatet kommunikativt som något skört, utsatt och hotat av den moderna människans beteende, och således i behov av skyddande och bevaring. Genom att antalet platser begränsas illustreras resonemanget i Hughes om att hållbar turism inte behöver vara antitillväxtbaserad,¹²⁴ utan kommersiell aktivitet får inkluderas, men den bör begränsas så att ekoturismen förblir hållbar. Platsbegränsningen kan också ge produkten en unikhetsstämpel; man är en utav de få lyckliga som får uppleva värdena i dessa turer. Hypotetiskt skulle det kunna vara så att det egentliga skälet, eller i varje fall ett starkt bidragande sådant, snarare än djurhänsyn är kommersiell försäljningsteknik med det implicita budskapet ”köp nu, sen är det för sent”. Eftersom hållbarhet genomgående på arrangörens hemsida framställs som en viktig aspekt av deras verksamhet är det sannolikt att djurhänsynen finns där, men den kommersiella aspekten i framställningen bör inte underskattas. Den kommersiella aspekten återkommer vi till senare. Mervärdet som skapas av småskaligheten här är viktigt för att förhindra den indirekta faran med ekoturism; att småskalig ekoturism utvecklas till storskalig masssturism i känsliga miljöer¹²⁵. Så länge ekoturism bibehåller denna småskaliga prägel reproduceras per definition distansen och distinktionen mellan ekoturism och masssturism.

Djurhänsynen framgår även av följande utdrag från Skogens Konungs ”bäversafari”:
”Kvällssolen faller över trädtopparna och vi paddlar varsamt fram över den spegelblanka sjön för att inte störa de vila [!] djuren.”¹²⁶ Hållbarhet på mikroskala illustreras här, man ska ta ansvar under sina aktiviteter. Det vi människor gör får betydelse för livet runtomkring oss, i detta fall: om vi inte paddlar varsamt stör vi vildlivet. Ekoturismen bildades som en reaktion på miljöförstörelsen och syftar till en hållbar ekologisk utveckling¹²⁷. Ovanstående exempel utgör ett mikroexempel på det globala problemet beträffande människors negativa miljöpåverkan. En slags önskan präglad av grön ideologi från denna (och andra) arrangörer kanske kan skönjas att människan borde tillämpa detta varsamma beteende på global skala för att inte ”störa” det vilda livet.

¹²² Lisberg Jensen (2006)

¹²³ Rodger, Moore & Newsome (2007:170-171)

¹²⁴ Hughes (1995)

¹²⁵ Jmf Wheeler (1991, 1993) i Ryan, Hughes, Chirgwin (2000:149)

¹²⁶ Skogens Konung http://www.kolarbyn.se/offer_bea.asp 2007-04-24

¹²⁷ Hughes (1995)

Även vissa turister tycks inse vikten av hållbarhet i arrangemang:

Jättebra att ni sopsorterar och komposterar under turerna. Ni är en förebild. Kul! Tack för en toppenresa. Anna Werner, Umeå 1999.¹²⁸

Detta utgör förvisso ett uttalande från en besökare och inte arrangören själv, men eftersom Äventyrsresor valt att presentera detta på sin hemsida, bör det således även säga en del om arrangören och dess syn på hållbarhet. Åtminstone denna resenär har uppmärksammat hållbarheten i arrangemanget, vilket framhålles lika starkt som upplevelsen. Det kan även vara så att miljöarbetet utgör en viktig del av upplevelsen för vissa resenärer. Genom att återge kunders röster försöker arrangören sannolikt frammana ett visst beteende och tänkande hos framtida resenärer. Arrangörens återgivning av kunduttalanden kan även vara av legitimitetsskäl mot andra än just kunderna, exempelvis Naturens Bästa, som härigenom får en bild av hur väl arrangören lyckats med det ekologiskt hållbara.

Ekologisk hållbarhet framställs inte enbart som något centralt i texter ”om arrangören” och om deras miljöarbete utan ibland även i framställningen av företagets arrangemang:

Turen är ett godkänt Naturens Bästa-arrangemang, vilket bland mycket annat innebär att vi skänker 5% av inkomsterna till Svenska Naturskyddsföreningens projekt för att rädda tumlaren i våra svenska vatten.¹²⁹

Tack vare kommersiell ekoturism (åtminstone i detta arrangemang) skapas alltså incitament till bevaring genom Upplevelsebolagets ekonomiska bidrag. I sann ideologisk ekoturismanda tar alltså arrangören här sitt ansvar och främjar hållbarheten. Således skulle detta alltså kunna betraktas som idealisk ekoturism, där ekoturism syftar till anskaffning av resurser för att stabilisera antalet hotade djur¹³⁰. Här uppvisar arrangören ett hållbarhetsengagemang som sträcker sig bortom att undvika miljömässiga försämringar. Istället verkar det som om arrangören vill förbättra miljön¹³¹. Ur flera andra perspektiv finns det emellertid skäl att ifrågasätta en eventuell sådan utveckling. Turisten tvingas här betala direkt till miljön, vilket denne kanske inte vill. Kunden kanske tycker att den bidrar tillräckligt genom skattebetalning och andra eventuella engagemang och hellre istället skulle föredra inget bidrag och ett fem procent lägre pris. Arrangörsstrategin från citatet kan å ena sidan medföra att folk ser detta som ett enkelt och roligt sätt att lätta sitt miljösamvete och bidra till förbättringar. Å andra sidan kan detta leda till att många människor känner en skyldighet att köpa ett arrangemang som bidrar till bevarandet av naturen och dess djurliv. Ytterligare en konsekvens kan vara att

¹²⁸ Äventyrsresor <http://www.aventureyrsresor.se/main.asp> 2007-04-26 Hitta Resan, Europa, Sverige, Kajak i Stockholm skärgård 3 dagar, Referenser.

¹²⁹ Upplevelsebolaget <http://www.upplevelsebolaget.com/publik/paddlingdagturnordstrommarna.php> 2007-04-24

¹³⁰ Blangy & Mehta (2006:235)

¹³¹ Jmf Weaver & Lawton (2002:270)

människor på så vis lär sig att begära någonting tillbaka för de bidrag de ger för naturens bevarande. Istället för att donera i vanlig ordning (överföra en summa pengar på organisationers, exempelvis Naturskyddsföreningens bankgiro) kräver man kanske, i gengäld för det man ger, exempelvis en upplevelse eller ett äventyr.

En av de viktigaste nackdelarna med ekoturism är transporter till och från arrangemangen,¹³² en aspekt som, ur miljösynpunkt beklagligt nog, inte inkluderas av Naturens Bästas certifiering. Trots detta försöker ändå flera arrangörer komma åt denna problematik:

För att hjälpa till att stoppa den globala uppvärmningen försöker vi styra så att så många människor som möjligt skall samåka när de kommer hit: chartrad buss, tåg till närmaste plats och hämtning med vår minibuss.¹³³

Arrangören Holsts Finnskogsupplevelser påvisar indikationer på ett helhetstänkande vad gäller miljön och att det ej enbart handlar om att plikttroget försöka tillfredsställa Naturens Bästas kriterier utan många arrangörers engagemang sträcker sig antagligen bortom dessa.

Ibland kan miljövänligheten i arrangemangen, de strikta kriterierna från Naturens Bästa till trots, ifrågasättas, exempelvis i ett av Vägvisarens arrangemang: ”*Denna tur börjar med ett helikopterlyft upp på fjället där Vägvisarna och renarna väntar på dig.*”¹³⁴ Genom arrangörens användande av helikopter för att penetrera fjällnaturen skulle vi kunna tänka oss att den ekologiska hållbarheten här får stå tillbaka för upplevelsen. Dels kan helikopterturen i sig utgöra en häftig upplevelse och dels kanske helikoptern utgör ett nödvändigt transportmedel för att kunna ta sig till utgångspunkten för arrangemangets huvudupplevelse, själva fjällvandringen. På detta sätt öppnas ett område upp för turism som kanske annars skulle ha fått ligga ostört, vilket är ett huvudargument för dem som ser ekoturismen som en potentiell miljöfara snarare än en lösning på miljöproblem¹³⁵. Eftersom helikoptern dels drar flygbränsle och dels kanske skrämmer djurlivet kan hållbarheten i produkten kritiseras. Detta tycks arrangören inte ifrågasätta eller problematisera, åtminstone inte i denna produktframställning. Å andra sidan kan det vara mer hållbart att ta sig till en avlägsen plats på detta vis än att köra tvärs igenom landskapet och på det viset angripa det orörda mer direkt.

¹³² Lisberg Jensen (2006)

¹³³ Holsts Finnskogsupplevelser <http://www.finnskogsupplevelser.se> 2007-04-25 Miljö/Företagspolicy.

¹³⁴ Vägvisaren <http://www.pathfinderlapland.se/klovjevandring.htm> 2007-04-27

¹³⁵ Wheeler (1991, 1993) i Ryan, Hughes & Chirgwin (2000:149)

För att analysera hur en certifierad arrangör kan förhålla sig såväl explicit som implicit till ekonomisk hållbarhet använder vi oss inledningsvis av arrangören Äventyrsresors framställning: ”Genom vår närvaro etablerar vi långtgående samarbeten med de lokala arrangörerna. Kvalitet är dock viktigare än sentimentalitet, varför vi alltid har koll på alternativen.”¹³⁶ Som behandlades i teoridelen finns det vetenskaplig konsensus om att ekoturism ska gynna lokal ekonomisk hållbarhet. Således är den kanske största risken med (påstådd) ekoturism ur ett ekonomiskt perspektiv att intäkterna därifrån inte stannar lokalt utan istället hamnar i fickorna på utländska investerare¹³⁷. Att denna risk minimeras hos Äventyrsresor försöker arrangören kommunicera genom betoningen av samarbeten med lokala arrangörer i citatet ovan, vilket även kan ses som en indikation på att Äventyrsresor tagit till sig det faktum att ekoturism bör präglas av inblandning av lokalsamhället¹³⁸. Eftersom samarbetena dessutom beskrivs som ”långtgående” förstärks detta intryck och arrangören vill säkert att deras resenärer ska kunna känna att de stödjer den lokala ekonomin på resmålet om de väljer Äventyrsresor. Om nu samarbetet med lokala arrangörer verkligen är så välfungerande som framställningen ger sken av, är det sannolikt att ekoturismen bidrar till att minska arbetslösheten och till att lokalbefolkningen får det bättre ställt ekonomiskt, vilket därigenom kan leda till hållbar ekonomisk utveckling¹³⁹.

Vi ser, i utdraget ovan, hur Äventyrsresor försöker påvisa att de tar hänsyn till kontexten de verkar i. Dock tonar de i den avslutande meningen ner hållbarhet som riskerar att övergå i sentimentalitet. Med sentimentalitet tolkar vi att de menar någon slags välgörenhetsvilja som antas rimma illa med lönsamhet och kvalitet. Dock kan Äventyrsresor i egenskap av certifierad arrangör förväntas samarbeta endast med hållbarhetsfrämjande leverantörer och partners och således är det troligt att de visst har ett ekonomiskt hållbarhetsengagemang. Sannolikt är de emellertid oroliga för att förlora kunder om de enbart framhåller detta och därför tonar de ned hållbarhetsbudskapet som för att poängtera att deras engagemang inte går ut över kvaliteten på arrangemangen. Att de ändå har ett engagemang för att resenärernas pengar ska gynna de lokala ekonomierna istället för utländska investerare framgår med all tydlighet av följande laddade uttalande: ”Vi nyttjar lokalt boende, inte multinationella hotellkedjor.”¹⁴⁰ Här kan vi skönja en preferens för de lokala aktörerna, framför de

¹³⁶ Äventyrsresor <http://www.aventyrresor.se/main.asp> 2007-04-26 Om Äventyrsresor, Om oss.

¹³⁷ Cohen (1988)

¹³⁸ Hughes (1995:159)

¹³⁹ Nilsson (2006:135-136)

¹⁴⁰ Äventyrsresor <http://www.aventyrresor.se/main.asp> 2007-04-26 Om Äventyrsresor, Ekoturism Ekoturism i praktiken.

multinationella kapitalistiska vinstintressena. Dessa framställs som icke önskvärda och som motsatsen till det lokala, där det lokala boendet säkerligen används i framställningen för att påvisa att de gynnar människorna på platsen, i glesbygden, för att bidra till lokalbefolkningens överlevnad. Härmed förses läsaren av informationen ett exempel på att Äventyrsresor tar avstånd från storskalig exploatering av det lokala från aktörer som står utanför den lokala sfären¹⁴¹. Arrangörens framställning av sitt ekonomiska hållbarhetsengagemang finner vi dock föga förvånansvärd eftersom ”lokal närvaro och nära samarbete med andra aktörer” samt ”gynna den lokala ekonomin” tillhör Naturens Bästas kriterier för certifieringen¹⁴².

Lokalproducerad mat kan ofta ses som a och o i framställningen av hållbarhet. Detta kan medföra mer än enbart ekonomisk hållbarhet, men behandlas under detta kapitel då det utgör en viktig källa till att intäkterna stannar lokalt.

Under din vistelse i Kolarbyn kommer du att få prova på en del av vad de lokala bönderna har odlat, vi bakar bröd med rågmjöl från Gammelbo gård där älgarna betar och kokar bärdryck på lingon från Kolarbyns egna skogar. [...] En del av intäkterna som kommer in till Kolarbyn går direkt till bevarande av natur och kulturvärden i form av olika projekt.¹⁴³

Här utläser vi ekonomisk hållbarhet eftersom lokalproducerad mat från gårdens och den närliggande naturens egna skafferier används istället för inköpta produkter utifrån. I och med att intäkterna dessutom går i retur till det lokala samhället sluts detta lokala kretslopp som ger associationer till tidlöshet och ursprunglighet (resonemanget fördjupas senare i analysen). Arrangörer som återinvesterar i det lokala är enligt Lisberg Jensen viktigt, så att den förslitning som besökare ger upphov till kan betalas tillbaka¹⁴⁴. I ovanstående citat tydliggörs det att arrangören strävar efter att implementera denna strategi och utgör därmed ett exempel där ekoturism aktivt försöker motverka förslitning och istället främja bevaring.

SOCIOKULTURELL HÅLLBARHET

I detta avsnitt undersöker vi vilken roll lokalbefolkningen och deras traditioner spelar i framställningen av ekoturism. Det föregående citatet från Skogens Konung argumenterar för att det även rör sig om sociokulturell hållbarhet i framställningen eftersom traditionerna bevaras. Det skapas kommersiella incitament för bevarandet av den lokala maten och de lokala kulturtraditionerna. Följande citat visar ännu tydligare tecken på hur nära bundet det ekonomiska tillskottet är för det kulturella bevarandet: ”Varje gäst som övernattar i Kolarbyn

¹⁴¹ Cohen (1988)

¹⁴² Naturens Bästa <http://www.naturensbasta.se/nb/grundprinciper.asp> 2007-04-24

¹⁴³ Skogens Konung <http://www.kolarbyn.se/philosophy.asp> 2007-04-24

¹⁴⁴ Lisberg Jensen (2006)

bidrar med 10kr till att bevara kolartraditionerna genom projekt Kolning”¹⁴⁵. Här framträder en slags stolthet över de lokala kolartraditionerna, där ekoturism kan vara både ett ekonomiskt sätt att bidra till dess bevaring och även skapa incitament till bevaringen för att tillfredsställa turismmarknadens behov. Turismen kan måhända genom sin nyfikenhet och intresse bevara traditioner som annars skulle ha kunnat gå förlorade för alltid. Vi ställer oss emellertid kritiska emot att det verkligen förhåller sig så att traditionerna bevaras, då iscensättningen av ett kulturarv kan medföra en kommodifiering. Frågan är om det verkligen är så att kulturarvet bevaras oförändrat när det sker i samband med turismsatsning. Vi ser hur kolningen inte längre utgör en lika framträdande del av den lokala kulturen eftersom kolningen idag har ”ersatts av modernare metoder men för att för [!] kunskaperna och traditionerna vidareuppförs [!] årligen en kolmila i Kolarbyn på traditionellt vis”¹⁴⁶. Det kan vara så att äktheten i kolartraditionerna snarare iscensätts för turisterna. Vidare diskussion om äkthet och autenticitet förs senare i analysen.

Ett mönster som framträtt i vår undersökning är att glesbygdsinvånarna i allmänhet porträtteras väldigt sparsamt, förutom när det handlar om ursprungsbefolkningen samerna, då det genast blir aktuellt att porträttera lokalbefolkningen och tala i termer av kulturarv. Arrangören Vägvisaren kan exemplifiera detta: ”Genom århundraden har den samiska befolkningen förflyttat sig genom vinterlandskapet med hjälp av renar, slädar och ackjor. Genom ekoturismarrangören Vägvisaren/Pathfinderlapland lever denna tradition vidare.”¹⁴⁷ Just att ursprungsbefolkningen ofta utgör kärnan i turismen är vanligt förekommande inom den vetenskapliga turism litteraturen¹⁴⁸. Detta skulle kunna bero på att ursprungsbefolkningen ses som mer annorlunda gentemot turisten än vad en ”vanlig” lokalbefolkning i glesbygden uppfattas som. Just termen ”ursprung” i ursprungsbefolkningen kommunicerar att denna typ av lokalbefolkning på något sätt ses som opåverkad av tidens gång. Detta illustreras av den primitiva åsytningen i uttrycket den autentiske Andre¹⁴⁹. Just på grund av det faktum att den Andre ses som så rotad i historien och annorlunda från de moderna kulturerna uppfattas detta som en garant för autenticitet och därigenom som något värt att betrakta¹⁵⁰. Albers och James har funnit att ”en färgrik och ’exotisk’ grupp kan porträtteras som representanter för en region medan de mer färglösa och mindre exotiska representanterna inte avbildas”¹⁵¹. Detta

¹⁴⁵ Skogens Konung <http://www.kolarbyn.se/philosophy.asp> 2007-04-24

¹⁴⁶ Skogens Konung <http://www.kolarbyn.se/about.asp> 2007-04-24

¹⁴⁷ Vägvisaren <http://www.pathfinderlapland.se/reoslade.htm> 2007-04-27

¹⁴⁸ Pettersson (2006:166)

¹⁴⁹ Andersson Cederholm (2004:235)

¹⁵⁰ Andersson Cederholm (1999, 2004)

¹⁵¹ Albers & James (1988) i Andersson Cederholm (1999:58)

anser vi utgöra en trolig anledning till den sparsamma skildringen av lokalbefolkningen, förutom samer, inom svensk ekoturism. Synen på vissa kulturer som statiska och opåverkade av tidens gång är emellertid problematisk eftersom alla kulturer konstant deltar i processen av rekonstruktion¹⁵².

UPPLEVELSER

I denna del analyseras upplevelser under följande tematiska rubriker: Den orörda naturen, Den exklusiva naturupplevelsen, Extraordinära upplevelser, samt Bildning i naturen.

DEN ORÖRDA NATUREN

Eftersom vi i avsnittet ovan, kring sociokulturell hållbarhet diskuterat kulturell ursprunglighet och hur detta kan framställas, fokuserar vi här på hur naturen framställs som ursprunglig och orörd.

Att färdas med hundspann är ett unikt sätt att upptäcka den orörda och storslagna fjällnaturen. Man färdas över frusna myrar och sjöar, genom snötäckta björkskogar och bergspass. Det vita landskapet erbjuder unik tystnad [!] som inger en inre frid. De ända ljud som hörs är när hundarnas tassar möter snön och som då och då blandas med guidens kommandorop [!].¹⁵³

Utdraget ovan kan ses aktualisera den del i upplevelsefältet som kallas estetik¹⁵⁴, eftersom det i arrangören Nova Artics framställning verkar vara betraktandet som utgör det centrala i upplevelsen. Just denna framställning av resenären som en passiv betraktare berör även begreppet "the tourist gaze"¹⁵⁵. Turisten passiviseras, sittandes i släden, och ägnar sig åt en turistisk gaze av den orörda och jungfrulika naturen. Detta eftersom turisten betraktar en aktiv natur där förmodligen djur ostört engagerar sig i sina dagliga bestyr. Samtidigt reduceras naturen i framställningen genom objektifiering till något vars "raison d'être" blir turisternas beskådning. Den kommunikativa iscensättningen av naturupplevelsen präglas här även av en syn på naturen som något ursprungligt, vilket för våra tankar till Andersson Cederholms ursprunglighetsaspekt beträffande autenticitet¹⁵⁶. Turisten får här uppleva en plats präglad av, en slags, naturens tidlöshet. På så sätt ses autenticitet här som en inneboende egenskap hos platsen¹⁵⁷. Orördheten kommunicerar att denna fjällnatur är otämjd av människan och därigenom är det alltid så det varit på denna plats. Å andra sidan kan vi se hur arrangören

¹⁵² Greenwood (1982:27) i Cohen (1988:380)

¹⁵³ Nova Artic http://www.nova-arctic.com/hemavan/index_sv.php 2007-04-24

¹⁵⁴ Pine & Gilmore (1999:30)

¹⁵⁵ Urry (1990:3)

¹⁵⁶ Andersson Cederholm (1999, 2004)

¹⁵⁷ Andersson Cederholm (2004:227)

genom användandet av hundspannet troligen strävar efter att framhålla arrangemanget i sig som det extraordinära, vilket utgör en del av Andersson Cederholms andra aspekt av autenticitet, den unika upplevelsen¹⁵⁸. Genom den sistnämnda tolkningen är det alltså inte platsen som är det unika utan det är arrangemanget att den orörda naturen upplevs genom upplevelsemedlet hundspann. Med upplevelsemedel menar vi att arrangören inte framhåller hundspannet som enbart ett transportmedel utan som något väl integrerat med upplevelsen.

Stillheten i upplevelsen inkluderar emellertid inte enbart den ovan diskuterade tidsliga stillheten. Även tystnaden utgör en del i upplevelsen och har potential att skapa den uppslukning¹⁵⁹ av turisten som en av dimensionerna i upplevelsefältet talar om. Till följd av uppslukningen skulle upplevelsen därmed kunna bli djupare än enbart ett betraktande. Just en passiv uppslukning karaktäriserar upplevelsefältet estetik. Skulle uppslukningen och den inre friden bli så total att resenären verkligen känner av en verklighetsflykt har upplevelsefältet övergått till eskapism¹⁶⁰. Besökaren, troligen av arrangören sedd som, den urbaniserade människan, kan antas lockas av detta lugn och fridfullhet som arrangemanget påstås erbjuda. Arrangemanget kan i denna kontext ses leverera något avskilt från vardagen, då avsaknad på bebyggelse, buller, och andra människor närmast garanteras. Samtidigt är det dock inte ensamhet, utan avskildhet, som framställningen antyder. Ensamhet skulle ju kunna vara att betrakta som något vardagligt och samtidigt skrämmande, för detta arrangemangs potentiella målgrupp. Ensamhet är sannolikt något som stadsbon stundtals känner i myllret av okända ansikten i vardagsmiljön, samtidigt som det finns en längtan bort ifrån alltihop. Att känna gemenskap med andra kan också vara en viktig faktor som lockar i detta arrangemang, precis som i exemplet, från arrangören Kajak och Uteliv, nedan:

I grunda vikar och smala sund kommer du nära de blankpolerade klipporna. Vattnet är klart här i den yttersta skärgården, du ser tångruskor, stenbottnar, kanske en och annan flundra. Paddlingen leds av skärgårdskännare och du bor bekvämt, äter gott på Fejans skärgårdskrog. Under 3 dagar paddlar vi i lugnt tempo där alla verkligen kan njuta av paddlingen och allt det fina som skärgårdsmiljön bjuder på.¹⁶¹

Detta arrangemang kan tolkas som riktat till mjukare ekoturister¹⁶². Dessa kan ses som målgrupp då guidens berättelser och dessutom bekvämlighetsaspekter framhålls i arrangörens kommunikativa iscensättning. Genom att guiden kan ses fungera som en medlare, då denne förmedlar vad som är värt att betraktas och beundras, passiveras turistens roll till upplevelse-

¹⁵⁸ Andersson Cederholm (1999, 2004)

¹⁵⁹ Mossberg (2003:51); Pine & Gilmore (1998:102)

¹⁶⁰ Pine & Gilmore (1999:30)

¹⁶¹ Kajak och Uteliv <http://www.kajak-uteliv.com/kajakturer.html> 2007-04-25

¹⁶² Weaver & Lawton (2002)

fältet underhållning¹⁶³. Alternativt urskiljer vi här upplevelsefältet estetik, så länge turisten uppslukas av de estetiska i omgivningarna som möter betraktarens blick. I framställningen är det den orörda naturen, illustrerat som den yttersta skärgården, som utgör lockelsen och därmed ett betydelsefullt försäljningsknep beträffande naturupplevelser¹⁶⁴.

DEN EXKLUSIVA NATURUPPLEVELSEN

Exklusivitet är en viktig beståndsdel för arrangörerna att försöka förmedla det speciella och unika i deras respektive arrangemang,¹⁶⁵ vilket följande utdrag från Äventyrsresor kan belysa:

Några av resmålen är vi ensamma om. Våra resor är inte massproducerade. En del är omöjliga att göra på egen hand. Att resa med Äventyrsresor handlar inte bara om vart färden går. Det handlar minst lika mycket om hur.¹⁶⁶

De två första meningarna i utdraget argumenterar för varför arrangören vill att resenären ska resa med Äventyrsresor och inte på egen hand. Resorna framställs som exklusiva då resenären ej påstås kunna nå upplevelserna, som Äventyrsresor tillhandahåller, på egen hand. Därmed stämplar de sina arrangemang som unika. De sista två meningarna försöker istället övertyga kunden om att resa med Äventyrsresor snarare än med en konkurrent, eftersom det inte är platsen i sig utan deras arrangemang som framställs som det unika¹⁶⁷. Ett mönster i arrangörernas framställningar, som vi tycker oss kunna utläsa, är att istället för att framställa platsen som det unika fokuserar arrangören på det unika med sitt specifika arrangemang, för att resenärer ska välja just dem. I annat fall hade det blivit platsmarknadsföring, vilket kunnat innebära att resenären skulle kunnat åka dit på egen hand eller med vilken arrangör som helst som tillhandahåller resor till platsen i fråga. De specifika upplevelser som arrangören möjliggör för ekoturisten är i framställningen minst lika viktig som upplevelsens koppling med den specifika platsen. Denna typ av retorik kan utgöra en reaktion på den svenska demokratiseringen av naturen; att vi på grund av allemansrätten är vana vid att kunna konsumera naturen gratis. Därför kanske arrangörerna känner ett behov av att argumentera för det mervärde som tillförs naturupplevelsen när den framställs som paketerad produkt.

Arrangören försäkrar resenären även på andra sätt att den får uppleva något som bara ett fåtal andra kan få uppleva. Denna exklusivitet kan exempelvis framställas som att det enbart är arrangörens besökare som får tillträde till en viss resurs och därför får de uppleva något väldigt unikt. Detta illustreras här nedan av ett utdrag från ett fiskearrangemang:

¹⁶³ Pine & Gilmore (1999:30)

¹⁶⁴ Chirgwin (2005:51)

¹⁶⁵ Hultman & Andersson Cederholm (2006:82-83)

¹⁶⁶ Äventyrsresor <http://www.aventyrresor.se/main.asp> 2007-04-26 Om Äventyrsresor, Att resa med oss.

¹⁶⁷ Hultman & Andersson Cederholm (2006:83)

Dessa strömmar har aldrig [!] varit upplåtna på allmänt fiskekort. Sedan några år tillbaka upplåts fisket till fiskegäster boende hos Ingebrikt Bergman i Tännäs. [...] På en sträcka av c:a 3,5 km får flugfiskaren ostört svinga sitt spö utan konkurrens av metare eller spinnfiskare.¹⁶⁸

Det hela framställs här som en unik upplevelse genom att framhålla exklusiviteten, där det exklusiva består i att fisket begränsas till ett fåtal. Detta anses få positiva konsekvenser för upplevelsen såsom ostördhet och avsaknad av konkurrens. Vikten av exklusivitet i framställningen kan bero på att ekoturismen anses vända sig till medvetna och högutbildade människor från västvärlden som värdesätter exklusivitet och avskildhet¹⁶⁹. Just avskildhet framställs här som väldigt centralt för upplevelsen, eftersom att andra fiskare befinner sig åtminstone kilometervis därifrån. Återigen tycks det som om det är upplevelsen snarare än platsen som står i centrum. Fisketuren skulle kunna äga rum varhelst det finns vatten och fisk, så länge detta förädlas och paketeras till en produkt. Här kan det emellertid argumenteras för att platsen visst intar en framskjuten roll i framställningen, eftersom denna typ av avskilt fiske absolut inte kan äga rum i vilket vatten som helst utan just i dessa strömmar. Det finns dock andra varianter på hur arrangörerna kommunicerar exklusivitet till sina potentiella kunder. Ytterligare en art av exklusivitet i upplevelsen återfinns i att framhålla svårighetsgraden i ett arrangemang, såsom när en arrangör beskriver ett forsränningsarrangemang:

En tuff forssträcka med Sveriges brantaste körbara forsar. [...] Efter forssimning kör vi Storfallet, turens höjdpunkt med 6 m fallhöjd. Sedan följer 2 km fors som avslutas med en brant passage och garanterat blöta gäster. [...] Åldersgräns 18 år.¹⁷⁰

Genom att framställa arrangemanget som ett extremt och krävande äventyr kommunicerar arrangören en högre svårighetsgrad och därigenom att inte vemsomhelst kan klara detta utan man måste ha god fysik och kanske ha viss forsränningsvana. Detta implicita exklusivitetsbudskap förstärks av förekomsten av åldersgränsen. Genom att beskriva äventyret och vedermödorna görs upplevelsen således här till något unikt. Svårighetsgraden kan ses som en betydande kontrast gentemot exempelvis hundspannarrangemanget som behandlades ovan. Den stora skillnaden i framställningen dessa emellan beror förmodligen på att arrangemangen vänder sig till vitt skilda marknadssegment. Forsrännningen riktar sig säkerligen mot den hårdare varianten av ekoturister¹⁷¹ eftersom dessa föredrar mer fysiskt krävande arrangemang.

¹⁶⁸ Nättan skog och fritid <http://www.nettanskog.nu/> 2007-04-24 Fiske

¹⁶⁹ Lisberg Jensen (2006)

¹⁷⁰ JoPe Fors och Fjäll <http://www.jope.se/sommaraktiviteter/forsranning/index.htm> 2007-04-24

¹⁷¹ Weaver & Lawton (2002)

Resonemanget som följer visar på ännu ett sätt att framställa en upplevelse på ett vis som konnoterar till exklusivitet. Ett sätt är att framställa upplevelser kopplade till naturen som starkt personliga, eftersom de till sin natur väcker emotioner hos varje enskild individ¹⁷².

Att ge sig ut under de former Landskapet JO erbjuder innebär inte bara en tillfällig flykt från vardagen eller en stunds intensiva upplevelser, nej, det innebär händelser som berikar, fastnar både på näthinnan och ännu längre in i minnet. Det blir minnen som kommer fram närhelst du skänker dig själv minsta tanke om just den turen/safarituren du gästade och deltog på.¹⁷³

Utifrån citatet går det att utläsa ett försök till materialisering av det immateriella och icke påtagliga, det vill säga upplevelsen förtingligas genom att den blir till ett minne. På så vis blir upplevelsen laddad med ett extra värde, efter att arrangemanget egentligen avslutats. Den minnesvärda upplevelsen blir en slags mental souvenir,¹⁷⁴ ett tankemässigt förtingligande. Eftersom ingen upplever någonting på precis samma sätt,¹⁷⁵ är det en garanterat unik produkt köparen av en upplevelse får. Vidare kan vi se hur minnet av upplevelsen bringar arrangemanget en annan form av unikheter; livstidsgaranti. För tingen åldras och går sönder, men minnen är som man säger om diamanter; för evigt. Till skillnad mot försränningsarrangemanget ovan som skapade unikheter genom det som händer under själva upplevelsen, är framställningen av denna upplevelse förlängd till att även innefatta tiden efter arrangemanget konsumerats. Denna upplevelse framställs som exklusiv genom att den, till skillnad mot andra upplevelser, blir så djup att den blir till ett evigt minne. Kontrasten mot turistens vardagsvärld framställs i citat närmast sakralt, då naturupplevelsen antas bringa en total förändring hos individen, såväl kroppslig som själslig. Formen av verklighetsflykt, eller eskapism, som i utdraget åsyftas medför inte bara en tillfällig flykt från vardagen utan blir något synnerligen existentiellt då upplevelsen förankras själsligt. Upplevelser som något existentiell behandlas djupare i nästkommande avsnitt av analysen.

I detta underkapitels olika exempel på kommunikativ iscensättning framgår det att naturen inte kan ses som något statiskt, vilken alla kan ta för sig av på samma sätt. Turisten kan istället uppleva (samma) natur på ett helt nytt sätt om den köper ett paketerat ekoturismarrangemang. Åtkomsten till dessa naturupplevelser begränsas därmed till dem som har råd och möjlighet att konsumera denna form av förädlad och upplevelsecentrerad natur. Naturen görs alltså mer exklusiv.

¹⁷² O'Dell (2002:15); Pine & Gilmore (1999:2); Mossberg (2003:11)

¹⁷³ Landskapet JO <http://www.landskapet.se/> 2007-04-24 Om affärsidén

¹⁷⁴ Saltzman (1999:229)

¹⁷⁵ Pine & Gilmore (1999:2)

Vissa arrangemang framställs av arrangören, som framgick hos föregående utdrag, som om upplevelsen har potential att bli något existentiellt. I Vägvisarens produkt "Vårflytt med renarna" erbjuds turisten att prova på att vara en del av samekulturen för en dag, då arrangementet innefattar arbete med något av det mest typiska i samernas vardagsliv:

Du får hjälpa till med det praktiska arbetet att tillsammans med oss föra upp renarna till fjällen. I arbetet ingår att vissa dagar bygga övernattningshage för renarna, utfodra renarna över natten, bevakning av renarna, hjälpa till med transporter av rengärde och renfoder med skoter och släde mm. [...] Du kommer att vara renskötarexpert bland vänner och bekanta efter denna vecka!¹⁷⁶

Här kan möjligheten till eskapism antas vara stor eftersom arrangören ger turisten möjligheten att fly det moderna samhället för en färd ut i naturen. Naturen kan här utgöra ett medium för att nå en holistisk upplevelse med en känsla av att vara delaktig i något större och evigt,¹⁷⁷ här samernas uråldriga natur och kulturtradition. Turisten placeras mitt i naturen med möjligheter till interaktion med denna, istället för att stå utanför och "objektivt" observera. Visst kan upplevelsen ses som unik, men den innehar potentialen att gå bortom denna aspekt av autenticitet på grund av dess konnotationer till en djupare process, där samtliga sinnen görs delaktiga, således kan möjligheten till en totalupplevelse¹⁷⁸ därmed konstateras vara överhängande. Upplevelsen av tillhörighet kan bli stark eftersom arrangören framhåller att turisten verkligen integreras med lokalbefolkningen och dess traditioner i varje del av arrangementet. Arrangören tycks nästan vilja kommunicera att kunden efter arrangementet kommer att känna sig som en same, eftersom denne deltagit i det traditionella samelivet och därigenom erhållit en djupare kunskap och förståelse för samerna, deras kultur och natur. Arrangören lovar turisten att denne efter integrationen med lokalkulturen kommer att vara samernas vän, efter en vecka. Det idealiska skulle vara om turisten får en flow-upplevelse¹⁷⁹, alltså känner en så stark samhörighet med plats och historia, samtidigt som turistens sinnen befinner sig här och nu, att den inte reflekterar över dåtid och framtid. Förutom kunskapen kanske turisten även får känslor och sympatier för samerna som ett litet och ursprungligt folkslag hotat av de moderna kulturerna. Produkten framställs här som starkt autentisk (det är verkligen så det går till, och just här). Ekoturismen iscensätts här som en betydligt mer hållbar indigenous tourism¹⁸⁰ än MacCannells staged authenticity¹⁸¹, där lokalbefolkningens kultur

¹⁷⁶ Vägvisaren <http://www.pathfinderlapland.se/varflytt.htm> 2007-04-27

¹⁷⁷ Hultman & Andersson Cederholm (2006:84)

¹⁷⁸ Andersson Cederholm (2004:236)

¹⁷⁹ Andersson Cederholm (2004:228)

¹⁸⁰ Pettersson (2006)

¹⁸¹ MacCannell (1973)

reduceras till en kort ceremoniell ritual anpassad för att falla turisterna väl i smaken. I arrangemanget kommer turisten alltså dels nära den autentiske Andre (samerna) och dels utsätts turisten för en interaktion mellan natur och kultur. Om man ställer sig kritisk till autenticitetsaspekten i arrangemanget är frågan hur pass kunnig och integrerad i samekulturen turisten verkligen känner sig efter en vecka. Säkerligen inte på samma sätt som de som levt hela sitt liv som samer och talar språket, och så vidare. Det kanske kan vara så att det snarare handlar om iscensatt autenticitet, att arrangemanget inte lever upp till den starka känsla av autenticitet som framställningen ger sken av. Att arrangören emellertid ämnar förmedla ett ställningstagande som går emot innebörden av begreppet staged authenticity framgår explicit av följande utdrag i nära anslutning till det föregående utdraget:

Detta är ingen regisserad turistprodukt utan ett nedslag i verkligheten. Du får följa med en riktig renskötarfamilj under en vecka. Därför kommer vi ibland att behöva förändra programmet utifrån förutsättning som ges från dag till dag.¹⁸²

Arrangemanget skapas utifrån den verklighet som görs gällande, och är således inte förplanerat. Just denna spontanitet, att turisten inte riktigt vet vad den kan förvänta sig kan skapa förutsättningar för starka, eller till och med extraordinära upplevelser¹⁸³.

BILDNING I NATUREN

Enligt de flesta definitioner av ekoturism bör arrangemangen innehålla någon form av bildning, vilket arrangören Skogens Konung, som arrangerar ”Älgvandring”, exemplifierar:

Här får vi lära oss hur vi kan locka på älg i olika situationer med hjälp av noga utstuderade läten och det är en stor upplevelse att vara med när vi får svar.¹⁸⁴

Eftersom turisterna erbjuds att själva lära sig att låta på ett sätt som lockar fram älgar ur skogens snår framhålls att arrangemanget omfattas av ett edukativt inslag. Samtidigt kan det vara nog så underhållande att utföra älgens läten, eller brölande, utan att man förväntar sig att få se en älg. Vi tolkar således detta arrangemang som en kombination av underhållning och utbildning, det vill säga edutainment¹⁸⁵. Att framställa arrangemanget som en slags upplevelse präglad av roligt lärande uppfattar vi vara arrangörens försäljningsstrategi. I det fall det verkligen dyker upp en älg kan upplevelsen falla in under upplevelsefältet estetik, då turisten antar ett passivt deltagande och betraktar djuret. Uplevelsen kan även ses omfattas av autenticitetsinslag, då turisten inte enbart åker till en plats för att betrakta älgar, vilket ett zoo

¹⁸² Vägvisaren <http://www.pathfinderlapland.se/varflytt.htm> 2007-04-27

¹⁸³ Mossberg (2003:185)

¹⁸⁴ Skogens Konung http://www.kolarbyn.se/offer_alv.asp 2007-04-24

¹⁸⁵ Pine & Gilmore (1999:32)

lika väl skulle kunna tjänat som. Upplevelsen kan på det viset uppfattas som mer äkta, samtidigt som man kan ställa sig en smula kritisk till om det verkligen är just lockropen som får älgen att komma, eller om det är de facto en väl utstuderad plats där man i det närmaste garanteras att få se älg. I det senare fallet kan man fråga sig hur stor skillnaden verkligen är mellan att ställa sig på en utsiktspunkt mot att gå på zoo. Troligen är det genom vetskapen om att älgen gör sig synlig av egen fri vilja samtidigt som turisten befinner sig utanför ramarna för sin egen civiliserade värld som skapar mervärde. Att vara mitt i älgens rike kan göra upplevelsen mer autentisk, trots misstanken om iscensättning. I arrangemanget ger sig turisterna tillsammans med färdledaren ut i naturen för att mer eller mindre delta i framlockande av ett djur i vilt tillstånd. Därpå skulle lärandet om älgen kunna bli mer holistiskt än att enbart innefatta djurets läten. Huruvida den edutainment-baserade upplevelsen uppfattas som extraordinär är med stor sannolikhet högst personligt, som för alla former av upplevelser. Möjligen kan det vara så att turisten upplever arrangemanget som extraordinärt i det fall det dyker upp en älg, såvida turisten förväntat sig motsatsen. Å andra sidan kan det uppfattas vara lika extraordinärt om det aldrig kommer en älg, såtillvida turisten ser det ironiska i att berätta en historia om hur denne deltog i ett arrangemang som gick ut på att samtliga stod och brölade ute i skogen.

Av föregående utdrag framgår, det mönster vi observerat, att upplevelsefältet utbildning sällan beskrivs i isolerad form hos ekoturismarrangörerna utan istället kombineras med fältet underhållning, och därmed blir edutainment. Detta görs troligtvis för att skapa en distinktion mellan å ena sidan typisk ”utbildning” i skolan, som i sammanhanget kan ses som tråkigt och passivt klassrums- och kursboks-lärande, och å den andra sidan roligt aktivt lärande. Arrangören vill förmodligen distansera sig från det förstnämnda och för att istället skapa det sistnämnda framhålls underhållningsaspekten av upplevelsen. För att ytterligare illustrera hur arrangörernas framställning kan tolkas i termer av edutainment, väljer vi att återge en bit av beskrivningen av arrangemanget kallat ”Gourmethelg med svamp”:

På Sikfors Herrgård får ni uppleva en inspirerande och trivsamt helg i ståndsmässig 1800-talsmiljö, med möjligheten att fördjupa er i skogens och kockens hemligheter. Det blir svampkunskap där de valigaste (!) goda matsvamparna och hur man undvika (!) de giftiga visas. Skogsvistelse, praktisk hantering av matsvampar, intressanta guidningar och god mat gör helgen till en totalupplevelse av Bergslagens bästa. Våra svamphelger är märkta med den svenska ekoturismmärkningen ”Naturens bästa”.¹⁸⁶

Bildningsaspekten är tydligt förekommande då deltagarna explicit utlovas svampkunskaper i form av identifiering och tillagning. Vi tolkar emellertid att personalen innehar en slags

¹⁸⁶ Sikfors Herrgård <http://www.sikforsherrgard.se/> 2007-04-24 Aktiviteter, Svamphelger och skogsutflykt

kombinationsroll av undervisare och underhållare. Det kan snarare vara den härliga 1800-tals miljön och den underhållande upplevelsen, än rena utbildningsskäl, som lockar turisten. Därmed kan bildningsinslaget bemötas med viss skepticism och eftersom upplevelsen här består av åtminstone ett visst mått av bildning och underhållning erhålls återigen relevansen för begreppet edutainment. Turistens deltagande framhålls i en relativt passiv dager då svampen och undervisaren/underhållare blir föremål för ett turistiskt betraktande, i enlighet med beskrivningen av the tourist gaze. Detta då turisten inte ses erhålla direkt utrymme för att påverka inslagen i upplevelsen. Just turistens passiva deltagande förstärker vår kritik gentemot bildningsaspekten i upplevelsen. En viktig skiljelinje aspekterna emellan utgörs just av att underhållning är av mer passiv karaktär medan utbildning kännetecknas av ett högre mått av aktivitet. Emellertid finns inslag av aktivt engagemang i arrangemanget tack vare kundens möjlighet till direkt interaktion med naturens frukter (svampar). Tack vare att certifieringen omnämns i framställningen av arrangemanget kan det vara så att arrangören försöker påvisa en koppling mellan upplevelser och hållbarhet. Detta såtillvida att gästerna är medvetna om vad certifieringen innebär ur ett hållbarhetsperspektiv, vilket dock inte kan tas för givet. Eftersom kopplingen mellan certifiering och hållbarhet ej görs explicit av arrangören tycks det som om omnämmandet av certifieringen snarare är av mer kommersiella skäl, det vill säga att arrangören väljer att förmedla detta som en form av styrkemarkör eller mervärdesframbringare kopplat till kvaliteten på upplevelsen. För de kunder som har insikt i innebörden av certifieringen öppnas det emellertid upp för emotionell förmedling i framställningen. Kombinationen av en upplevelse bestående av underhållning och bildning å ena sidan och hållbarhet å den andra har potential att appellera till potentiella kunders känslor och miljösamveten. Utifrån ovanstående citat ser vi en integration mellan upplevelser och hållbarhet i framställningen, något som vi ämnar undersöka närmare i nästkommande avsnitt.

EKOTURISM SOM HÅLLBARA UPPLEVELSER

I detta underkapitel sammankopplas hållbarhet och upplevelser varvid relationen mellan dessa båda aspekter i arrangörernas kommunikativa iscensättning av den certifierade svenska ekoturismen diskuteras.

Gösslings studie visade, som konstaterats i uppsatsens inledande problembeskrivning, att upplevelser spelar en överordnad roll gentemot hållbarhet hos ekoturismarrangörerna. Detta trots att arrangemangen är certifierade av Naturens Bästa. Antydningar till liknande resultat har även vi funnit, vilket kan illustreras av citatet om svamphelger ovan. Här tycks certifieringen användas kommersiellt, för att sälja in upplevelsarrangemang, snarare än för

att betona hållbarheten. Av framställningen lutar det mer åt att det är turismupplevelsen och kvaliteten på denna som är det som kontrolleras och garantimärks. Presentationen av Gourmethelg med svamp består alltså av en beskrivning av ett arrangemang och det är just i *arrangemangsbeskrivningar* som vi utläser den relativt tydliga trend att upplevelser framträder som överordnat hållbarhet. Tvärtemot Gössling har vi emellertid även funnit att mönstret inte är så entydigt beträffande upplevelsers överordnade roll. Dokument på hemsidorna som istället utgörs av *arrangörsbeskrivningar* (alltså andra typer av dokument än specifika arrangemangsbeskrivningar) benämns vanligen som företagspresentation eller miljö-/företagspolicy. I dessa dokument skiftar ofta framställningsfokuset till att istället främst beröra hållbarhet, vilket följande utdrag kan exemplifiera: ”För oss är det en självklarhet att inte skada de ömtåliga naturområden och kulturer vi rör oss i. Vi vill istället bidra aktivt till att de kan bevaras.”¹⁸⁷ Att det handlar om hållbarhet i detta utdrag är tydligt eftersom det är centralt för hållbarhetsbegreppet att inte förstöra natur- och kulturvärden utan istället bevara dessa.

Att hållbarhet spelar en underordnad roll i arrangemangsbeskrivningarna, och en mer framträdande roll när det handlar om arrangörsbeskrivningar, kanske kan tyckas som något självklart. Vi har dock funnit att relationen mellan hållbarhet och upplevelser är mer komplex och nyansrik än så. Som ett exempel på detta är det i Äventyrsresors företagspresentation istället upplevelser som står i centrum:

Små grupper är en förutsättning för stora upplevelser. Ju färre vi är, desto närmare kommer vi naturen, kulturen och de människor vi möter. Därför består Äventyrsresors grupper i medeltal av bara tio personer. Oftast färre.¹⁸⁸

Visst omnämns vikten av små grupper här, vilket arrangören skulle kunna inplacera i ett hållbarhetsresonemang, men arrangören tycks snarare se småskalighet som en förutsättning för ”stora upplevelser”. Det tycks snarare vara för att höja kvaliteten på upplevelsen som småskaligheten framhålls vara av vikt. Liksom texterna om arrangören (snarare än arrangemangen) inte alltid karaktäriseras av miljöpropaganda fokuserar arrangemangsbeskrivningarna inte alltid enbart på upplevelser. För att illustrera detta återvänder vi till beskrivningen av arrangemanget Bäversafari: ”Kvällssolen faller över trädtopparna och vi paddlar varsamt fram över den spegelblanka sjön för att inte störa de vila [!] djuren.”¹⁸⁹ Hänsynen för djurlivet antyder här att hållbarhet utgör något centralt för upplevelsen av

¹⁸⁷ Äventyrsresor <http://www.aventysresor.se/main.asp> 2007-04-26 Om Äventyrsresor, Ekoturism, Ekologisk omtanke.

¹⁸⁸ Äventyrsresor <http://www.aventysresor.se/main.asp> 2007-04-26 Om Äventyrsresor, Att resa med oss.

¹⁸⁹ Skogens Konung http://www.kolarbyn.se/offer_bea.asp 2007-04-24

arrangemanget. Följaktligen kan vi skönja att hållbarhet även kan inta en framskjuten position i arrangemangsbeskrivningarna.

Ofta tycks det dock snarare än motsättning förekomma en slag symbios emellan hållbarhet och upplevelser i de certifierade svenska arrangörernas kommunikativa iscensättning av ekoturism. Det finns ett flertal exempel på att hållbarhet och upplevelser förtjänstfullt kan användas i framställningen som två argument för samma sak, nämligen att få arrangemanget sålt. Följande citat bestående av en beskrivning av arrangören Skogens Konungs företagsfilosofi exemplifierar förtjänstfullt detta:

Ditt besök i Kolarbyn är inte bara en oförglömlig upplevelse, det är även ett viktigt bidrag till de människor som bor i trakten. Tillsammans hjälps vi åt att bevara den natur och kultur ni har kommit för att uppleva.¹⁹⁰

Hållbarhet och upplevelser syns här i ett sammanhang som närmast avhängigt varandra. Arrangören tillämpar därmed en syn på ekoturism där människors lockelse till upplevelser kan vara en starkt bidragande faktor till att bevara den sköra naturen och kulturen. För att dra argumentet till sin spets iscensätts här ekoturism kommunikativt genom att bevarandet av natur och kultur inte tycks kunna existera utan turisternas tilldragelse till upplevelser.

Istället för att föreligga en motsättning emellan hållbarhet och upplevelser kan dessa aspekter alltså samverka. Detta mönster kan inte enbart utläsas i arrangörsbeskrivningar utan även när det handlar om arrangemangsbeskrivningar. Relationen aspekterna emellan är dock komplex och nyanserad. Med detta avslutande utdrag, från Nova Artics arrangemangsbeskrivning, ämnar vi leverera en relativt holistisk bild av hur ekoturism kan framställas utifrån flertalet av de hållbarhets- och upplevelseteorier som uppsatsen utgått ifrån:

Att färdas med hundspann till fjälls är en fantastisk upplevelse. Med oss åker ni hundspann i ett av Europas största naturreservat. Vi färdas i små grupper om 5 personer och turerna varar mellan 4-6 dagar. Du kör ditt eget hundspann med 5-6 Alaskan Huskies. Man färdas alltid med guide som kör först och där efter åker ni. [...] Att färdas med hundspann är ett annorlunda sätt att resa i den fantastiska fjällvärlden. Tyst glider man fram längst fjällkanterna, över frysta myrar och sjöar. Det är ofta alldeles tyst fast egentligen är det inte helt tyst [!] utan små sköna ljud som hundarnas tassar mot snö och emellanåt guidens kommandorop till ledarhundarna eller vinden som viner.¹⁹¹

Hållbarhet kan utläsas ur denna framställning genom satsningen på småskaliga arrangemang. Vidare ser vi hur en indirekt hänsyn tas till de naturliga omgivningarna, då man tar sig fram närmast ljudlöst i landskapet. Dånande snöskotrar eller annat färdmedel hade kunnat ses som motsatsen till detta, då motorljudet troligen skrämt eller stört såväl djur som människor. Att

¹⁹⁰ Skogens Konung <http://www.kolarbyn.se/philosophy.asp> 2007-04-24

¹⁹¹ Nova Artic http://www.nova-arctic.com/hemavan/hundspann_expeditioner.php 2007-04-24

det dessutom är guiden som visar vägen genom naturen skulle även kunna ses som ett tecken på hållbarhet, såvida man kan anta att denne känner till var det är mest respektfullt gentemot naturen och dess invånare att färdas. Det faktum att arrangemangen utspelar sig i ett naturreservat kan visa tecken på att någonting tillförs det lokala, genom att man uppmärksammar något som därmed fler kan finna anledning att vilja bevara för framtiden. Samtidigt kan vi inte blunda för den kommersiella aspekten av att framhålla att arrangemanget just utspelar sig i ett naturreservat, som kan fungera som en symbol för något värt att se och uppleva¹⁹². Detta är även något som kan gälla själva bruket av hundspann, som ett sätt att bevara och undervisa människor om gamla seder och bruk. Frånvaron av bebyggelse, andra människor och ljud som den urbana människan är van vid laddar sannolikt fjällvärldens tysthet med känslan av ursprunglig autenticitet. Upplevelsen framställs dessutom som annorlunda och unik, dels genom att färdmedlet är hundspann men även vidare genom att turisterna har möjlighet att själva få köra. Detta påvisar även att upplevelsen uppmanar till aktivt deltagande samtidigt som det finns inslag av lärande, något som faller inom ramen för upplevelsefälten utbildning och underhållning vilka alltså kan sammanfogas till edutainment. Upplevelsen kan även ses anta formen av något estetiskt tilltalande, genom att turisten ges möjlighet att betrakta landskapets storslagenhet och kontrast mot vardagens landskapsbild, just detta betraktande kan även relateras till begreppet tourist gaze. Framställningen bär även spår av eskapism då turisten lockas att ta sin tillflykt från den hektiska vardagen till den ursprungliga naturen där tiden tycks stå stilla. Naturupplevelsen framställs vidare närmast högstämt med en antydning till andligt lugn i ett i övrigt aktivitetsladdat arrangemang. Följaktligen lyckas arrangören frambringe en dubbelsidig egenskap hos produkten, där både kropp och sinne involveras i den totala upplevelsen. Möjligheten till harmoni mellan kropp och själ och mellan människa och natur gör upplevelsen avslutningsvis till något existentiellt.

¹⁹² Chirgwin (2005:51); Ryan, Hughes, Chirgwin (2000:161)

AVSLUTNING

Detta avslutande kapitel inleds med en redogörelse för uppsatsens slutsatser, vilka även diskuteras i en vidare kontext. Kapitlet avrundas med våra reflektioner kring denna uppsatsprocess, där vi även ger forskningsförslag som kan komplettera uppsatsens problemområde.

SLUTSATSER OCH DISKUSSION

Här avser vi lyfta fram och summera hur de certifierade svenska ekoturismarrangörerna framställer begreppet ekoturism i termer av hållbarhet och upplevelser.

Ekologisk hållbarhet intar en relativt framskjuten position i arrangörernas framställning av ekoturism, dels på grund av att många av dem har egna dokument avseende miljöarbete och miljöhänsyn. Vidare försöker arrangörerna visa på att de är miljömedvetna genom att framhålla en hänsynstagande inställning för djur och natur. Denna hänsyn kan tolkas som orsaken till framställningen av småskaliga arrangemang med begränsat antal platser. Det förekommer även exempel där arrangörerna, genom att bidra ekonomiskt till att rädda utrotningshotade djur, kommunikativt iscensätter ekoturism som en slags strategi för bevaring genom kommersialisering. Skälen bakom denna typ av framställning skulle kunna vara affektiva, att de spelar på turisternas känslor och samveten. Vi har även påvisat att, de hårda miljökraven från Naturens Bästa till trots, förekommer exempel där miljöskydd uppenbarligen inte ses som det överordnade värdet i framställningen.

Arrangörernas framställningar konnoterar till ekonomisk hållbarhet exempelvis genom att betona samarbete med lokalsamhällen snarare än multinationella intressen. Arrangörerna använder sig ofta av lokalproducerad mat och försöker i flera fall återinvestera i lokala natur- och kulturvärden. Genom att flera arrangörer framhåller främjande av lokala traditioner genom ekonomiska bidrag, påvisas kopplingen mellan ekonomisk och sociokulturell hållbarhet. Detta kan även bidra till att stärka lokala ekonomier, såsom samesamhällen genom att göra ekoturister delaktiga i kulturella traditioner. Beträffande hur lokalbefolkningen porträtteras fann vi det relativt tydligt att denna främst blir intressant att porträttera när det handlar om ursprungsbefolkningen samer. Dessa framställs som något autentiskt eftersom de har sina rötter i historien, vilket de moderna människorna tycks sakna. Det finns dock en risk för att om denna autenticitet kommersialiseras kan arrangemangen istället präglas mer av turisternas efterfrågan än de lokala traditionerna. I detta fall är det snarare frågan om iscensatt autenticitet.

Det finns många olika varianter på vilken roll upplevelser spelar i framställningen av den svenska ekoturismen. Dels kan ekoturism kommunikativt iscensättas som konsumtion av den orörda, ursprungliga naturen. Här ses naturen som något skört och i behov av skydd, vilket reducerar turistens möjlighet till interaktion och där denne snarare får ägna sig åt en turistisk gaze av detta estetiskt tilltalande landskap. Men vikten av den specifika platsens karaktär för upplevelsen blir dock i framställningen i många fall underordnad karaktären av det specifika arrangemanget, vilket vi anser i betydande utsträckning beror på arrangörens kommersiella mål. Arrangören vill att kunden ska få uppleva naturen genom dennes arrangemang snarare än på egen hand eller genom konkurrerande arrangörer. Således framhålls arrangemang ofta som något unikt eller exklusivt, exempelvis genom att framställa upplevelser som: begränsade till ett fåtal deltagare, ett krävande äventyr eller något att ta med sig hem i form av mentala souvenirer.

Det ekoturistiska arrangemanget kan också framställas erbjuda en så stark kontrast mot turistens vardagliga liv att denne har möjlighet till en eskapistisk flykt från vardagen, inte bara kroppsligt utan även själsligt. Genom att turisten placeras mitt i naturen och ges möjlighet till interaktion med såväl natur som lokalbefolkning, snarare än ett passivt observerande, kan turisten nå en holistisk samhörighet med tid och rum och därigenom uppnå en slags existentiell flow-upplevelse.

Ekoturism ska inte bara vara hållbart och ske i naturen, utan även innefattas av en edukativ aspekt. Där vi funnit att bildning utgör ett tydligt inslag tycks arrangemangen dock, snarare än strikt utbildning, framställas som minst lika präglade av underhållning. Detta skulle kunna bero på att utbildning ofta uppfattas som något tråkigt och därmed icke kommersiellt hållbart. Således skönjer vi mönstret att arrangörerna ofta använder sig av konceptet edutainment i sin kommunikativa iscensättning av ekoturism.

Hur ekoturism framställs i relation till hållbarhet och upplevelser beror troligtvis på vilken typ av målgrupp arrangören kommunicerar till. Vi har märkt skillnader i hegemonin mellan hållbarhet och upplevelser i å ena sidan arrangörsbeskrivningar och i å andra sidan konkreta arrangemangsbeskrivningar. Vi anser det troligt att arrangören i det förstnämnda fallet försöker legitimera sin verksamhet gentemot exempelvis Naturens Bästa, politiska aktörer, Naturskyddsföreningen eller liknande, och därmed tydligt visa upp en vilja att uppfylla certifieringskriterierna. Eftersom hållbarhet intar en mer central position än upplevelser för dessa kriterier blir hållbarhet således mer framträdande än upplevelser i arrangörsbeskrivningar. I det sistnämnda fallet, å den andra sidan, är det troligare att framställningens

målgrupp utgörs av de potentiella kunderna. Framställningen tenderar i arrangemangsbeskrivningar att bli mer kommersiell och försäljningsinriktad, kanske till och med ren marknadsföring. Således faller tyngdpunkten här över på upplevelser. Dock argumenterar vårt empiriska material, för en mer nyanserad verklighet än så. Ibland kan upplevelserna framhållas tydligt även i arrangörsbeskrivningar. På motsvarande vis kan hållbarhetsaspekter, även inom beskrivningen för de konkreta arrangemangen, ibland vara väl så framträdande som upplevelsefokus. Alltså, även när målgruppen huvudsakligen kan antas bestå av kunder är det inte helt entydigt att upplevelser spelar en större roll än hållbarhet i framställningen. Ett svar till varför ekoturism ibland framställs som både hållbar och upplevelseinriktad, och ibland enbart som upplevelseturism kan finnas i att de olika arrangörerna riktar sin framställning till olika kundsegment. På dessa skillnader i framställningen skulle Weaver och Lawtons distinktion mellan hårdare och mjukare ekoturister kunna appliceras. Denna tudelning av ekoturister utgör sannolikt en förenkling av verkligheten. Trots förenklingen skulle det kunna vara möjligt att arrangörer, där hållbarhet spelar en framskjuten roll i arrangemangsbeskrivningen, riktar sina arrangemang mot hårdare, mer miljö- och hållbarhetsengagerade, ekoturister. Arrangörer som istället starkt betonar upplevelser vänder sig troligtvis, i första hand, till den mjukare varianten av ekoturister.

Utifrån vår undersökning kan vi inte förkasta Gösslings tes: att arrangörernas marknadsföring baseras på att sälja upplevelser snarare än att uppfylla ekoturismens hållbarhetskriterier¹⁹³. Vår bild av relationen mellan upplevelser och hållbarhet är emellertid mer nyanserad, vilket kan bero på att vår uppsats undersöker mer än enbart rena marknadsföringsdokument. En tendens vi funnit beträffande relationen mellan hållbarhet och upplevelser är dock att det inte är helt entydigt vilket material på arrangörers hemsidor som utgörs av marknadsföring och vilken information som möjligen fyller ett annat syfte. Förmodligen är de specifika arrangemangsbeskrivningarna mer marknadsföringspräglade eftersom de mer entydigt riktar sig till kunder. Dock kan det även i arrangörsbeskrivningar finnas inslag av marknadsföring. En slutsats skulle kunna vara att när det handlar om marknadsföring domineras framställningen av upplevelser. Detta eftersom logiken bakom upplevelser och upplevelseekonomin kan anses vara av mer kommersiell karaktär än hållbarhet. Extraordinära eller unika upplevelser kan generera ett mervärde hos kunden som kan bringa arrangören lönsamhet. Just att det handlar om marknadsföring skulle kunna förklara att upplevelser dominerar i arrangemangsbeskrivningarna och även de fall där upplevelser spelar en framträdande roll i

¹⁹³ Gössling (2006a:89)

arrangörspresentationer. Även om hållbarhetsaspekter kan vara möjliga att integrera i marknadsföring, är grundorsaken bakom hållbarhet troligen ofta av mer ideologisk än kommersiell karaktär: man vill göra världen bättre. Detta kan medföra att hållbarhet intar en mer tillbakadragen roll i arrangemangsbeskrivningarna, och i andra dokument där framställningen har med marknadsföring att göra. I de fall ideologiska skäl utgör en starkare motivation än kommersiella, bakom ekoturismarrangörernas framställning, är det istället möjligt att anta att hållbarhet spelar en mer framträdande roll än upplevelser. Hållbarhetsaspekternas roll i framställningen skulle därmed kunna syfta till spridning av miljömedvetenhet. För att få turisten att inse vikten av ett hållbart beteende kan upplevelserna anta rollen som förmedlingsverktyg av detta beteende. Upplevelsen av att ha deltagit i ett hållbart arrangemang skulle således kunna ha potential att få individer att tillämpa ett mer hållbart beteende även efter resans slut. Detta eftersom ekoturismupplevelserna både i teori och praktik framställs skapa bildning, insikt, känslor och minnen.

REFLEKTIONER

Vår undersöknings generaliserbarhet för ekoturismfenomenet i Sverige begränsas av det faktum att vi enbart studerat den certifierade ekoturismen, vilken utgör en bråkdel av den svenska ekoturismen. Således framträder ytterligare ett förslag på vidare forskning som skulle kunna vara att genomföra en liknande undersökning beträffande hållbarhet och upplevelsers roll, men denna gång inriktat på den icke-institutionaliserade ekoturismen i Sverige. Studien skulle även kunna bli komparativ genom att jämföra framställningen av den icke-certifierade ekoturismen med den certifierade varianten.

Eftersom vi inte har undersökt alla företag anslutna till Naturens Bästa bör viss försiktighet i slutsatsernas generaliserbarhet, även inom gruppen certifierade arrangörer, tillämpas. Vad uppsatsen bidrar med är en möjlig nyansering av vilken roll hållbarhet och upplevelser spelar inom fenomenet ekoturism.

REFERENSER

LITTERATUR

- Alvesson, Mats & Deetz, Stanley (2000) *Kritisk samhällsvetenskaplig metod*, Studentlitteratur, Lund.
- Andersson Cederholm, Erika (1999) *Det extraordinäras lockelse: Luffarturistens bilder och upplevelser*. Akademisk avhandling. Lunds universitet. Samhällsvetenskapliga fakulteten. Arkiv förlag, Lund.
- Bryman, Alan (2001) *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber, Malmö.
- Emsheimer, Peter (2005) Metod och reflektion. I: Emsheimer, P.; Hansson, H. & Koppfeldt, T. (red.) *Den svårfångade reflektionen*. Studentlitteratur, Lund. Sid. 179-193.
- Fredman, Peter et al (2006) Sweden. Where Holidays Come Naturally. I: Gössling, S. & Hultman, J. (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practise*. CABI International. Sid. 10-22.
- Gustafsson, Lotten (2002) *Den förtrollade zonen – lekar med tid, rum och identitet under medeltidsveckans på Gotland*. Nya Doxa, Nora.
- Gössling, Stefan (2006a) Ecotourism as Experience-tourism. I: Gössling, S. & Hultman, J. (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practise*. CABI International. Sid. 89-97.
- Gössling, Stefan (2006b) Tourism Certification in Scandinavia. I: Gössling, S. & Hultman, J. (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practise*. CABI International. Sid. 63-75.
- Hultman, Johan & Andersson Cederholm, Erika (2006) The Role of Nature in Swedish Ecotourism. I: Gössling, S. & Hultman, J. (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practise*. CABI International. Sid. 76-88.
- Meyer-Arendt, Klaus (2004) Tourism and The Natural Environment. I: Hall, C.M.; Lew, A.A. & Williams, A.M. (red.) *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishing Ltd, Carlton/Malden/Oxford. Sid 425-435.
- Mossberg, Lena (2003) *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!* Studentlitteratur, Lund.
- Mulinari, Diana (1999) Vi tar väl kvalitativ metod – det är så lätt. I: Sjöberg, K. (red.) *Mer än kalla fakta: Kvalitativ forskning i praktiken*. Studentlitteratur, Lund. Sid. 36-57.
- Nilsson, Nils-Otto (2006) Rural Development Through Ecotourism. I: Gössling, S. & Hultman, J. (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practise*. CABI International. Sid. 134-142.
- O'Dell, Tom (2002) Upplevelsens lockelser, tingens dynamik. I: O'Dell, T (red.) *Upplevelsens materialitet*, Studentlitteratur, Lund. Sid 11-34.
- Patel, Runa & Davidsson, Bo (1994) *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 2:a upplagan. Studentlitteratur, Lund.

- Pettersson, Robert (2006) Ecotourism and Indigenous People: Positive and Negative Impacts of Sami Tourism. I: Gössling, S. & Hultman, J. (red.) *Ecotourism in Scandinavia: Lessons in Theory and Practise*. CABI International. Sid. 166-177.
- Pine, B. Joseph II & Gilmore, James H. (1999) *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press, Boston.
- Saltzman, Katarina (1999) Upplevelsens natur och naturen som upplevelse. Semesterminnen från Öland. I: O'Dell, T. (red.) *Nonstop! Turist i upplevelseindustrialismen*. Historiska Media. Sid. 214-235.
- Svensson, Birgitta (1999) På naturliga äventyr i kulturarvet, I: O'Dell, T. (red.) *Nonstop! Turist i upplevelseindustrialismen*. Historiska Media, Lund. Sid. 107-127.
- Thurén, Torsten (2005) *Källkritik. 2: a utökade upplagan*. Liber, Malmö.
- Urry, John (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. SAGE Publications, London.

VETENSKAPLIGA ARTIKLAR

- Andersson Cederholm, Erika (2004) The use of photo elicitation in tourism research – framing the backpacker experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 4: 225-241.
- Arnould, Eric J.; Price, Linda L. & Tierney, Patrick (1998) Communicative Staging of the Wilderness Servicescape. *The Service Industries Journal*, 18 (3):90-115.
- Björk, Peter (2000) Ecotourism from a Conceptual Perspective, an Extended Definition of a Unique Tourism Form. *International Journal of Tourism Research*, 2:189-202.
- Blangy, Sylvie & Mehta, Hitesh (2006) Ecotourism and Ecological Restoration. *Journal for Nature Conservation*, 14: 233-236.
- Chirgwin, Sharon (2005) Can sites formerly subjected to development provide satisfying nature tourism experiences? Two case studies from the top end of Australia's Northern Territory. *Journal of Sustainable Tourism*, 13 (1):50-62.
- Clarke, Ian & Schmidt, Ruth (1995) Beyond The Servicescape: The Experience of Place. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2 (3):149-162.
- Cohen, Erik (1988) Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15:371-386.
- Deng, Jinyang; King, Brian & Bauer, Thomas (2002) Evaluating natural attractions for tourism. *Annals of tourism research*, 29 (2):422-438.
- Hughes, George (1995) The Cultural Construction of Sustainable Tourism. *Tourism Management* 16 (1):49-59.
- Lim, Christine & McAleer, Michael (2005) Ecologically Sustainable Tourism Management. *Environmental Modelling and Software*, 20 (11):1431-1438.
- MacCannell, Dean (1973) Staged authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3):589-603.

- Pine, B. Joseph II & Gilmore, James H. (1998) Welcome to The Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76 (4):97-105.
- Rodger, Kate; Moore, Susan A. & Newsome, David (2007) Wildlife Tours in Australia: Characteristics, the place of science and sustainable futures. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (2):160-179.
- Ryan, Chris; Hughes, Karen & Chirgwin, Sharon (2000) The Gaze, Spectacle and Ecotourism. *Annals of tourism research*. 27 (1):148-163.
- Weaver, David B. & Lawton, Laura J. (2002) Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*. 40:270-280.

ELEKTRONISKA KÄLLOR

Holsts finnskogsupplevelser.

Tillgänglig: <http://www.finnskogsupplevelser.se> (Läst 2007-04-25)

JoPe Fors och Fjäll.

Tillgänglig: <http://www.jope.se> (Läst 2007-04-24)

Kajak och Uteliv.

Tillgänglig: <http://www.kajak-uteliv.com> (Läst 2007-04-25)

Landskapet JO – företaget som synlig- och levandegör gårdagens, nutidens och framtidens landskap.

Tillgänglig: <http://www.landskapet.se> (Läst 2007-04-24)

Lisberg Jensen, Ebba (2006) *Ekoturism*. NE.se.

Tillgänglig:

http://www.ne.se/ludwig.lub.lu.se/jsp/search/show_section.jsp?i_sect_id=RP10521&i_wor_d=ekoturism&i_history=2 (Läst 2007-05-03)

Naturens Bästa.

Tillgänglig: <http://naturensbasta.se> (Läst 2007-04-24; 2007-05-20)

Nova Artic - dog sledding in Lapland.

Tillgänglig: http://www.nova-arctic.com/hemavan/index_sv.php (Läst 2007-04-24)

Nättan skog och fritid.

Tillgänglig: <http://www.nettanskog.nu> (Läst 2007-04-24)

Sikfors Herrgård Gästgiveri i Bruksmiljö – en pärla i Bergslagsnaturen.

Tillgänglig: <http://www.sikforsherrgard.se> (Läst 2007-04-24)

Skogens Konung.

Tillgänglig: <http://www.kolarbyn.se> eller www.skogenskonung.se (Läst 2007-04-24)

Svenska Ekoturismföreningen.

Tillgänglig: <http://ekoturism.org> (Läst 2007-04-24; 2007-05-20)

Upplevelsebolaget.

Tillgänglig: <http://www.upplevelsebolaget.com> (Läst 2007-04-24)

Vägvisaren – Samiska upplevelser.

Tillgänglig: <http://www.pathfinderlapland.se> (Läst 2007-04-27)

Äventyrsresor AB – Upplevelsen är äventyret.

Tillgänglig: <http://www.aventureyrsresor.se> (Läst 2007-04-26)

BILDFÖRTECKNING

Naturens Bästa. (Pressrum, Pressbilder, Ekoturism på riktigt.)

Tillgänglig: <http://www.naturensbasta.se/svenskNatur/gallerierDetalj.asp?ID=17&AktivMeny=500&AktivUnderMeny=530> (Hämtade 2007-05-19)