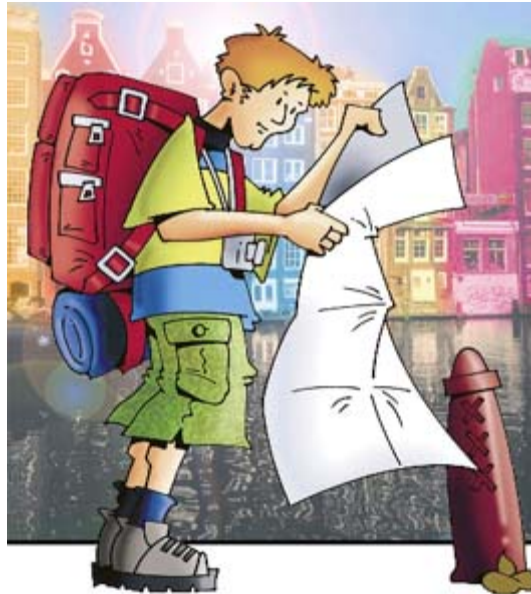


Backpacking

Motivasjon – Identitet – Refleksjon

- Dybdeintervju med de reisende -



Bacheloroppgave i reiselivsledelse ved Markedshøyskolen 2012

Veileder: Kjersti Ruud Walaas

Innleveringsfrist: 1. juni

Studentnummer: 979499 – 979498 – 979482

BAC3100

”Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdanning ved Høyskolen. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, litteratur, resultater, konklusjoner eller anbefalinger”

Forord

Denne bacheloroppgaven markerer avslutningen på vår treårige utdanning innen Reiselivsledelse ved Markedshøyskolen Campus Kristiania i Oslo, våren 2012. Det har vært en lang og utfordrende prosess, og gjennom denne prosessen har vi tilegnet oss mye ny kunnskap og nye erfaringer som vi vil ta med oss på veien videre og ut i arbeidslivet. Det har vært en lærerik tid, fylt med hardt arbeid, gode minner og venner for livet.

Vi ønsker å benytte denne anledningen til å takke alle som har hjulpet oss underveis i denne prosessen, og retter en stor takk til vår veileder Kjersti Ruud Walaas for god veiledning, mange fine tips, inspirasjon og engasjement til denne oppgaven. En takk til Kilroy og Even Hulleberg som stilte opp for intervju og ga oss mange gode svar vi kunne jobbe videre med. Vi vil også takke de ansatte på biblioteket på Markedshøyskolen Campus Kristiania, for gode råd og hjelp. Og selvfølgelig en stor takk til alle backpackerne som ivrig ville svare på spørsmålene våre om blant annet deres egne reiseerfaringer og opplevelser. Vi er stolte av å kunne presentere vårt avsluttende arbeid, og håper dere finner det både lærerikt og interessant.

Tre fine år på Markedshøyskolen har gått så alt for fort, takk for en fin tid til alle forelesere, venner og medstudenter.

God fornøyelse!

Oslo, 24.05.12

979499, 979498 og 979482.

Sammendrag

I denne oppgaven har vi sett nærmere på fenomenet backpacking. Dette er et fenomen som det er blitt forsket mye på, og som det finnes mange forskjellige meninger om. Vi ønsket å se nærmere på hvorfor folk valgte å dra på backpacking, og hva det var som motiverte dem til å velge denne type reise fremfor for eksempel en vanlig chartertur eller sydentur. Videre ville vi se om det fantes noen spesielle kategorier av backpackere, eller om det var en homogen gruppe. Vi har også valgt å se nærmere på backpacking ”as a rite of passage”, altså et overgangsritual, og om det ligger noe i dette begrepet. Tilslutt vil vi sammenligne de motivasjonsfaktorer som er funnet i tidligere forskning på temaet, og se om det er noen likhetstrekk mellom disse og våre egne funn. For å innhente informasjon og data brukte vi kvalitativ forskningsmetode og dybdeintervjuer hvor vi intervjuet 10 backpackere.

Ut ifra litteraturgjennomgangen og arbeidet med teamet kom vi frem til følgende problemstilling; *”Hvilke motivasjonsfaktorer ligger til grunn ved valg av backpackingturer, og kan backpackere kategoriseres i en homogen gruppe?”*

Våre funn blir presentert i fire kategorier som også ble brukt i intervjuguiden, og disse er; motivasjon, identitet, backpacking og refleksjon. Funnene forteller oss at backpacking er, som vi forventet, et stort og omfattende tema som ikke kan puttes i en bås, og som kommer til å fortsette å forandre seg i tiden fremover. Våre informanter plasserte seg i forskjellige kategorier, og så ikke på seg selv som en homogen gruppe, noe som støtter opp om det vi har funnet i litteraturgjennomgangen. Noen lignet mer på ”*drifteren*” etter Cohen (2003), som sies å være den genuine backpacker, mens andre lignet en nyere type backpacker som kalles *flashpacker*. Videre fant vi frem til én motivasjonsfaktor som gikk igjen blant alle våre informanter, og som det ikke var fokusert mye på i tidligere forskning vi har gått igjennom, nemlig *frihet*. Dette var altså hovedgrunnen til at våre informanter reiste på backpacking. I tillegg til dette fant vi ut at de viktigste faktorene for våre informanter og få tilfredsstilt var; *pris, opplevelse og kultur*, noe vi også finner igjen i tidligere litteratur om temaet. Vi fikk også vite at flere av våre informanter reiste fordi de hadde tatt seg et friår før de begynte på voksenlivet og jobb, noe som tilsier at backpacking ”as a rite of passage” faktisk er ganske relevant.

Innholdsfortegnelse

1.0. INNLEDNING.....	7
1.1. BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA	7
1.2. FORMÅL.....	8
1.3. PROBLEMSTILLING.....	8
1.4. AVGRENSNINGER.....	9
1.5. OPPGAVENS STRUKTUR.....	9
2.0. TEORETISK GJENNOMGANG.....	10
2.1. BEGREPER OG DEFINISJONER	10
2.2. HISTORISK TILBAKEBLIKK	12
2.2.1. <i>The Grand Tour</i>	12
2.2.2. <i>Tramping</i>	13
2.2.3. <i>Drifting</i>	14
2.2.4. <i>Backpacking</i>	15
2.2.5. <i>Flashpacking</i>	16
2.3. TURISME OG TURISTEN	17
2.3.1. <i>Reise-/tusiast-sillet</i>	18
2.3.2. <i>Anti-turisme i utviklingen av reiseidentiteter</i>	18
2.4. BACKPACKING	20
2.4.1. <i>Backpacking as a "Rite of passage"</i>	21
2.5. MOTIVASJONSFAKTORER	23
2.5.1. <i>Push & Pull</i>	25
2.6. HERTZBERG OG MASLOW	27
2.7. IDENTITET/KATEGORIER AV BACKPACKERE – O'REILLY	29
2.7.1. <i>Den profesjonelle backpackeren</i>	29

2.7.2. <i>Friårbackpackeren</i>	30
2.7.3. <i>Livskrise backpackeren</i>	30
2.7.4. <i>Party backpackeren</i>	30
2.8. IDENTITET/KATEGORIER AV BACKPACKERE – LOKER-MURPHY	31
2.8.1. <i>Escapers/relaxers</i>	31
2.8.2. <i>Social/excitement seekers</i>	32
2.8.3. <i>Self-developers</i>	32
2.8.4. <i>Achievers</i>	32
3.0. METODE	33
3.1. FORMÅL.....	33
3.2. PROBLEMSTILLING.....	34
3.3. KVALITATIV VS. KVANTITATIV	34
3.4. FORSKNINGSDESIGN	34
3.5. UTVALGSSTRATEGI.....	36
3.6. DATAINNSAMLINGSMETODE.....	37
3.7. ANALYSEMETODE.....	38
3.8. RELIABILITET OG VALIDITET.....	39
4.0. ANALYSE & TOLKNING	40
4.1. PRESENTASJON AV INTERVJUOBJEKTENE	40
4.2. MOTIVASJON	43
4.2.1. <i>Pris, opplevelse og kultur</i>	46
4.2.2. <i>Frihet</i>	48
4.3. IDENTITET.....	49
4.4. BACKPACKING	52
4.5. REFLEKSJON	56
4.6. INTERVJU MED EVEN FRA KILROY	57

5.0. KONKLUSJON.....	60
6.0. VIDERE FORSKNING.....	62
7.0. LITTRATURLISTE	63

Figurer:

2.1. Figur: Maslows behovspyramide.....	s. 27
2.2. Figur: Hertzbergs tofaktorteori.....	s. 28

Vedlegg:

Vedlegg 1: Intervjuguide Backpackere

Vedlegg 2: Intervjuguide Kilroy

Antall ord: 18 194.

1.0. Innledning

Lukten av deilig solkrem, frisk bris i håret, sand mellom tærne, lyden av bølgeskvulp... Du ligger på den kjente stranden Bondi Beach i Sydney, Australia. Endelig er du her etter flere måneders hardt arbeid, oppsparing av penger og ikke minst en utrolig lang flytur helt til den andre siden av jordkloden. Her har du tenkt å reise rundt i ca. to måneder, til ferden går videre til New Zealand, USA og Mellom-Amerika. Nå skal du virkelig slappe av og nyte dag for dag og leve livet til det fulle.

1.1. Bakgrunn for valg av tema

Arbeidet med å finne frem til et tema for bacheloroppgaven begynte allerede høsten 2011. Vi følte det var vanskelig å finne frem til noe konkret i havet av valgmuligheter. Det ble en del frem og tilbake på forskjellige temaer, og vi stod tilslutt på stedet hvil på grunn av et fortsatt for stort utvalg av temaer. Tilslutt satt vi oss ned og spurte oss selv hva det var vi virkelig syntes var interessant og ville finne ut mer om. Vi så igjennom temaene vi hadde kommet opp med, og alle landet på det samme, nemlig backpacking.

To av oss har selv vært på backpacking og har en del informasjon å komme med, samtidig er dette noe vi alle tre kunne tenke oss å jobbe med etter endte studier. Videre synes vi det var spennende å se på selve motivasjonen bak å velge en slik tur. Det er ikke en utfordring alle velger. Man må jobbe hardt for å spare opp penger, og jobbe like hardt med planleggingen og organiseringen. Det er mye som skal på plass, og det er mye som kan gå galt. I tillegg er det som regel snakk om å være borte i mange måneder, sammen med sikkerhet/usikkerhet, vaksiner, visum og mye mer, noe som er en utfordring i seg selv. Så hvorfor velger man backpacking fremfor en vanlig sydenferie? Backpacking er en trend som det ser ut til å bli mer og mer av i årene som kommer. Vi vil gå i dybden på dette temaet å finne ut blant annet hvorfor det er en økning i denne typen reiser, og hva det er som gjør det så unikt og spennende.

1.2. Formål

Formålet med denne oppgaven er å finne ut og forstå mer nøyaktig hva unge og backpackere vektlegger når de velger backpacking som type reise. Videre vil vi også se nærmere på om de er på forskjellige stadier i livet, og om dette er en av motivasjonene i seg selv. Det vil også være spennende å se på om det er noen motivasjonsfaktorer som skiller seg ut fra andre, og som kanskje har en større påvirkning enn andre ved valget av denne type reise. Videre ønsker vi å se om backpacking og reisemotiv har utviklet seg noe over tid, noe vi vil finne frem til ved hjelp av en litteraturgjennomgang, og sammenligning med våre egne funn. Vil det være noen endringer i hvilke motiver som har størst påvirkning? Hva ønsker disse reisende og oppnå med en slik tur? Finnes det forskjellige type kategorier av backpackere? Og vi vil ved hjelp av denne undersøkelsen forsøke å kartlegge hva slags holdninger unge personer har til reising. Tilslutt vil vi også se om backpackere er en homogen gruppe, eller om det finnes forskjellige typer kategorier av backpackere.

Alt dette håper vi på å finne svar på under arbeidet med denne oppgaven. Og vi håper våre funn kan være et bidrag til forskningen og litteraturen på dette store og omfattende temaet som backpacking er.

1.3. Problemstilling

Å finne frem til en problemstilling var en vanskelig oppgave. En problemstilling burde ikke være for stor eller for liten, og det må være noe man har muligheten til å kunne svare på uten at det blir for enkelt. Som vi nevnte tidligere ville vi se på motivasjonen bak valg av backpacking som reisemåte, og se nærmere på identitet og om det finnes forskjellige kategorier av backpackere. Vår problemstillingen ble tilslutt:

”Hvilke motivasjonsfaktorer ligger til grunn ved valg av backpackingturer, og kan backpackere kategoriseres i en homogen gruppe?”

1.4. Avgrensninger

Det er noen avgrensninger ved dette prosjektet. Vi kan ikke generalisere, da vi ikke har et representativt utvalg av befolkningen. Vi intervjuer i tillegg for få personer til å kunne si noe om resten av befolkningen. Videre vil det ikke være mulig og si noe om hva voksne og eldre ville hatt som motivasjonsfaktorer, da vi kommer til å ta for oss unge personer i dette prosjektet. Dette fordi det er mest utbredt med denne reisemetoden blant unge personer. Vi ser heller ikke på utviklingen over tid, da vi bare undersøker dette på ett tidspunkt.

Siden vi tar for oss unge norske personer, vil vi ikke ha mulighet til og si noe om hvordan det er for personer andre steder i verden, og det kan tenkes at det kan være noen forskjeller på motivasjonsfaktorene ut i fra hvor i verden mennesker kommer i fra. Det vi vil komme frem til i denne oppgaven kan brukes som grunnlag for videre forskning innenfor dette temaet.

1.5. Oppgavens struktur

I denne oppgaven har vi valgt å fokusere på noen hovedpunkter. Vi begynner oppgaven med første kapittel som er en generell innledning som tar for seg bakgrunnen for valg av tema, formålet med oppgaven, problemstillingen vi har valgt og tilslutt hvilke avgrensninger oppgaven har. Videre vil vi i kapittel to gå i gjennom teorien vi har tatt utgangspunkt i til denne oppgaven.

Kapittel tre vil ta for seg alle de metodiske valgene vi har tatt underveis i forskningsprosessen. Dette er blant annet valg om hvilke forskningsdesign, utvalgsstrategi, datainnsamlingsmetode og analysemetode vi vil bruke. I kapittel fire vil analyse og tolkning av undersøkelsen vår komme, med funn og drøfting av disse funnene opp mot teorien vi har gått igjennom. Helt tilslutt i kapittel fem vil vi komme med en konklusjon av oppgaven og i kapittel seks vil vi komme med anbefalinger til videre forskning.

2.0. Teoretisk gjennomgang

I dette kapittelet vil vi gå i gjennom teorier fra ulike forfattere/forskere som blant annet Cohen, Adler og O'Reilly, for å nevne noen. Først har vi definert sentrale begreper som går igjen i oppgaven. Deretter tar vi for oss blant annet historien om The Grand Tour, tramping, drifting, backpacking og skillet mellom turist og backpacker, og vi vil i tillegg gå igjennom flashpacking, motivasjonsfaktorer, identitet og kategorier av backpackere.

2.1. Begreper og definisjoner

Backpacking – er uavhengige reiser som gjennomføres av individer eller små grupper som er fleksible, har et lavt budsjett og reiser med lett bagasje (Smith, Macleod og Robertson 2010).

Flashpacking – litt eldre backpackere i 20-30 års alderen som bor på forskjellige typer overnattingssteder, har en høyere inntekt og besøker steder som er «off the beaten track», de har med seg laptop, kameraer og mobiltelefon, men engasjerer seg fortsatt i den tradisjonelle backpacker kulturen (Hannam og Diekmann 2010).

Turist – er et individ som reiser for fornøynsens skyld. En turist som reiser på ferie, går på sightseeing, vandrer rundt og treffer nye folk (Jacobsen og Eide 2005).

Enklaver – områder/møteplasser som tillater backpackere å sosialisere seg med hverandre etter reising gjennom "ukjent landskap" og være med på å forsterke et felles verdigrunnlag (Cohen 2003).

The Grand Tour – en av de viktigste fasene i turismehistorien. Det ble sett på som en dannelsesreise, man reiste for å utforske og lære (Towner 1985).

Tramping – en type plan for arbeidsmigrasjon, som ble satt i verk for at styresmaktene skulle ha kontroll over arbeiderklassen og deres reisemuligheter (Adler 1985).

Drifter – en person som ønsker å oppnå den autentiske opplevelsen av de stedene den reiser til. Har ingen eksakt plan, reiser der den vil og tar ting som det kommer (Cohen 2003).

Turisme – en av verdens største næringer og derfor en viktig del av mange menneskers liv, enten ved at de reiser selv, eller at de får inntekter fra reiselivsvirksomheten (Jacobsen og Eide 2005).

Motivasjon – handler først og fremst om hvorfor folk reiser, og hvordan de omtaler og begrunner sine ferieturer (Jacobsen og Eide 2005).

Behov – å ha bruk for noe, behøve (Store Norske Leksikon)

Word of mouth – Muntlig kommunikasjon og videreformidling av informasjon fra person til person (Kandampully 2007).

2.2. Historisk tilbakeblikk

Backpackeres historie går over flere århundrer, og har forandret både form og navn over årenes løp. Vi kommer til å ta for oss The Grand Tour, tramping, drifting og backpacking. I tillegg vil vi gå igjennom flashpacking, som er en ny trend innenfor dette temaet. Dette er viktige elementer for å forstå hvordan backpacking fremstår i dag i forhold til tidligere. Og det kan også brukes for å se om reisemotivene til nåtidens backpackere har noen sammenheng med motivene til backpackere før i tiden.

2.2.1. The Grand Tour

”The Grand Tour” blir ofte nevnt som en av de viktigste fasene i turismehistorien. Det er litt uenighet i litteraturen om når The Grand Tour startet, men det som går igjen er at The Grand Tour foregikk på 1700- og 1800-tallet. The Grand Tour dreide seg om å reise for å oppleve kultur og å lære. Det ble sett på som en del av utdannelsen, og det var de velstående unge menneskene fra Storbritannia som reiste. Det var en type reise som ble sett opp til og det ble sett på som en reise hvor man kunne lære og på denne måten fullføre sin utdanning og utvikle seg selv på en sofistikert måte, i tillegg til å få mer erfaring på det sosiale plan og bli mer bereist og beriket (Loker-Murphy og Pearce 1995).

Fra begynnelsen og frem mot 1800-tallet var det de velstående som reiste, mens det mot 1800-tallet skjedde en endring hvor middelklassen var de som reiste mest. Det var ofte middelaldrende menn som tok med seg familien. Dette førte til at kvinner også ble en del av The Grand Tour, som igjen gjorde at fokuset på selve reisen fikk et mer romantisk preg. Det var et ønske om å se og oppleve vakker natur og landskap, og de fulgte ofte de samme rutene rundt om i Europa (Towner 1985). Man kan egentlig si at mot midten av 1800-tallet utviklet The Grand Tour kjennetegn som kunne ligne på en mer organisert turismeindustri.

2.2.2. Tramping

Mens The Grand Tour eksisterte blant de velstående i Europa, fantes det andre muligheter for de som ikke var like privilegerte, og dette ble kalt "Tramping". Det gikk ut på at arbeidsledige menn fra arbeiderklassen kunne reise rundt for å finne seg arbeid. De hadde mulighet til å skaffe seg en arbeidstillatelse, og på den måten reise rundt i Europa og Nord-Amerika på leting etter arbeid, og fant de ikke det et sted reiste de bare videre (Adler 1985).

Grunnen til at "Tramping" oppstod var på grunn av den store arbeidsledigheten på den tiden. Noen så også på det som et overgangsritual fra gutt til mann, og det var et tegn på at man var moden og klar for å begynne å arbeide. Men etter en stund innså de at "tramping" ikke var med på å redusere arbeidsledigheten, men faktisk bidro til at den fortsatte, i tillegg til at det ikke var en ideell setting for menn med familie. Tilslutt sluttet "tramping" og fungere som et tiltak mot arbeidsledigheten og det ble mindre og mindre utbredt. Det forsvant imidlertid ikke helt, da noen unge fortsatte å reise rundt. Men disse ble etter hvert sett på som et sosialt problem, sammenlignet med løsgjengeri og ble kalt "Wanderlust".

"Tramping" i seg selv ble verdsatt, og det var en måte å komme seg bort på. Og det var ofte den eneste måten for unge fra arbeiderklassen til å reise rundt og oppleve noe av det samme som det overklassen gjorde (Adler 1985)

Reisende historikere roser ankomsten av jernbanen for å ha vendt om demokratiseringen av reising, men fra arbeidernes perspektiv er den heller en del av nedgangen av en stor tradisjonsrik, folkelig reise. Ved å få håndverkere til å omgås i småbyer og på landeveier på vei fra et stort sysselsettingsentrum til det neste, frigjorde jernbanen dem fra avhengighet av gjestfrihet og bidro til slutten på det tradisjonelle "tramping" systemet. Ettersom systemet gradvis ble erstattet av utbetaling av dagpenger hjemme, gikk en moralsk og materiell støtte til reisende ungdom mot en slutt (Adler 1985).

2.2.3. Drifting

Den originale ”drifteren” er en person som ønsker å oppnå den autentiske opplevelsen av de stedene den reiser til. De bor hos lokalbefolkningen i stedet for på hosteller eller hoteller, og de har ikke planlagt reisen og vet ikke når eller hvordan de kommer seg til neste destinasjon. Derimot reiser de dit de føler for å reise, og som regel alltid ”off the beaten track”, som betyr at de reiser utenom de kjente stiene og rutene som ofte blir brukt. De reiser på steder som ingen andre har vært, og de opplever det autentiske ved kulturer, samfunn og mennesker. De ønsker å bli en del av det lokale livet, og leve som dem, sammen med dem (Cohen 2003).

Drifteren blir sett på som den ekte backpackeren, og er noe mange backpackere ser opp til, og ønsker å være. Det er få igjen som reiser rundt som driftere, og det var også ganske sjeldent før i tiden når denne kategorien ble opprettet og definert. Dette var den riktige måten å reise på, og det var på denne måten man kunne oppleve det unike og genuine ved steder og kulturer. I 1968 definerte Eric Cohen (1973, 89) en ”drifter” som en turist som drar så langt som mulig vekk fra «the beaten track», og unngår assosiering med turistetableringer, tar tilfeldige jobber, ønsker å leve som lokalbefolkningen, uten en tidsplan eller spesielle mål for reisen.

I 1973 hevder derimot Cohen (2003) at denne definisjonen ikke lenger er dekkende for den store økningen i ”drifter-turisme” som han kaller ”*the Vermassung of drifters*”. Gjennom the Vermassung blir drifter-turismen institusjonalisert, blant annet på grunn av fremveksten av reiseruter og spesielle guidebøker. Det utvikles en separat infrastruktur, og flere flyselskaper oppstår. Ungdomsherberger og hosteller fremstår som møtesteder for drifterne, som han kaller ”Drifter communities”. Og personene som tar del i disse communitiene har liten kontakt med lokalbefolkningen og blir oppfattet som en plage av turistorganisasjonene.

2.2.4. Backpacking

Etter the Grand Tour, trampingperioden og the Vermassung of drifters, ble reising mer og mer utbredt. Jernbanen ble utvidet ytterligere, det ble utviklet flere båter, og flyselskapene kom på banen. Alt dette var med på å bidra til at reising ble mer tilgjengelig og utbredt. I tillegg har den nye teknologien vært med på å utvikle reiselivet, og gjort det mer tilgjengelig for alle. Backpacking er et fenomen som det er forsket mye på opp igjennom årene. Backpackere beskrives ofte som unge mennesker som reiser på budsjett over lengre tid (flere måneder) med ryggsekk på ryggen, og med et ønske om å oppleve nye, spennende steder og kulturer.

Backpackere ser ofte på seg selv som de "ekte" reisende, altså en motsetning til de tradisjonelle masseturistene. Ansatte i turistindustrien så før på backpackere som mennesker som utnyttet den fattige lokalbefolkningen, men forskere har senere kommet frem til at backpackere legger igjen et signifikant økonomisk bidrag til samfunn i mindre utviklede land og de deler av verden der fattigdom er utbredt (Cohen 2003).

Backpackere, i motsetning til driftere, reiser ofte til forskjellige enklaver og bruker dette som basestasjoner for å reise rundt eller dra til forskjellige kjente steder og gjør ting som mange andre har gjort før dem. De har ikke alltid like mye interaksjon med de lokale, og når de snakker om folk de har møtt på turen, refererer de ofte til andre backpackere. Det er ikke veldig mange backpackere som reiser «off the beaten track» slik som driftere gjør, selv om det er dette de kanskje ønsker, og i tillegg ser på som et ideal for hva en backpacker skal gjøre. Backpackere har et ønske om å opptre og være som den originale drifteren, men de fleste gjør ikke det i realiteten (Cohen 2003).

2.2.5. Flashpacking

Hannam og Diekmann (2010, 2) definerer flashpackere som litt eldre backpackere i 20-30 årene, som bor på forskjellige typer overnattingssteder avhengig av destinasjonene, de har en høyere inntekt og besøker «off the beaten track» destinasjoner, mens de har med seg laptop, kameraer og mobiltelefon. Men fortsatt engasjerer de seg i den tradisjonelle backpacker kulturen.

Flashpackere er «nymotens» backpackere. Det er to nøkkelkarakteristikker som blir brukt for å differensiere backpackere fra flashpackere. Disse er reiseutgifter og teknologibruk.

Flashpackere er ofte mennesker som holder seg oppdatert ved hjelp av teknologien, ved for eksempel blogging, twitter, mobiltelefonen, de legger ut bilder og videoer fra opplevelsene, skyper (ringer gratis via internett) med familie og venner, og de er som regel alltid tilgjengelig ved hjelp av blant annet mobilt bredbånd. Den tradisjonelle backpackeren bruker også internett og deler bilder slik som flashpackere, men ikke i like stor grad, og heller ikke alle gjør det (Paris 2012).

Paris (2012) fant ut gjennom sin undersøkelse av flashpackere at backpackerne er enig i at det er greit å bruke ekstra penger på opplevelser man bare opplever en gang i livet. Selv om det å reise på budsjett er viktig for backpackere generelt, vil de fleste betale ekstra penger for unike opplevelser. Noe de derimot ikke var enige i var når det kom til utsagnet; ”Backpacking alene er ikke risikabelt”. Dette var flashpackerne enig i, mens backpackerne var uenige. Dette kan ha en sammenheng med at flashpackerne ofte er eldre og har mer penger tilgjengelig som en sikkerhet, i tillegg til at de mest sannsynlig er koblet til sitt sosiale nettverk via internett, som også kan gi en trygghetsfølelse.

Når det kommer til forskjellen mellom flashpackere og backpackere er den største forskjellen altså hvor mye teknologi de bruker, og reiseutgifter. Dette kan man se blant annet ut i fra utsagnet; ”Hvis du bruker twitter eller facebook hele tiden mens du backpacker, reduserer du opplevelsen”. Her var flashpackerne veldig uenig, mens backpackerne var enig i utsagnet.

Paris (2012) mener man kan se på flashpackere som virtuelle ”drifere”. De kan bli sett på som ekte livsstils reisende som opprettholder en konstant kontakt til backpackerkulturen, både virtuelt og underveis på reisen. I tillegg mener han at man kan se på backpacking som en homogen gruppe når det kommer til den virtuelle backpackerkulturen han har studert i sin undersøkelse. Han trekker konklusjonen basert på de tidligere «hippie trail» reisende som scannet inn bildene sine, og backpackere i dag som deler bilder og videoer på internett. Han mener teknologien er med på å skape en felles plattform for alle backpackere, som gjør at geografiske og fragmenterte backpackerkulturer kan skape et fellesskap.

Videre mener han at den samme teknologien og backpackerkulturen har ført til at backpacker *markedet* har blitt mer heterogent og individuelt. På bakgrunn av nettopp dette har det oppstått forskjellige typer personlige identiteter (hjemmeidentitet vs. reiseidentitet). Mennesker har blitt mer uavhengige og selvstendige mens de reiser, økende frihet og forskjellige valgmuligheter betyr at alt avhenger av individers valg, identitet, erfaring og teknologiske erfaringer (Paris 2012).

Flashpacking kan være et fenomen som kommer til å vokse fremover, og det vil være et spennende tema og se nærmere på i fremtiden for å finne ut om backpacking går over til å bli flashpacking, eller om det fortsetter å differensiere seg mer.

2.3. Turisme og Turisten

Spørsmålet om det er noen forskjell på en reisende og en turist har vært en debatt innen turismeforskning i årevis, og dette diskuteres også blant de reisende selv (Boorstin 1964). Mens det har blitt forsket på hva som definerer en moderne backpacker har Cohen (2004) som nevnt tidligere notert seg at det finnes moderne ”drivere”, altså drifteren. Det er de som vil skille seg ut fra «mainstream» backpackerne, slik som de ønsker å skille seg fra turistene. For driverne er dette en livsstil, og en reise på ubestemt tid.

2.3.1. Reise-/tusist-skillet

Boorstin (1964) mener at skillet mellom turist og reisende splittes der hvor den reisende er ute etter jobb, utdanning eller å finne seg selv, mens turisten er ute etter å ha det gøy. Dette skillet finner vi helt tilbake fra 17- og 1800-tallet da "the trampers" reiste fra by til by for å finne arbeid. Disse turene ble sett på som et ledd i utdannelsen. Det å reise etter skoleslutt skulle gjøre en verdensvant, sosial intelligent og sofistisert. Det sies at før utviklingen av turismen, var reisen sett på som en måte å studere på. Dette er en grunn til distansen mellom reisende og turister.

Transporten hadde tidligere vært ganske strevsom, men den industrielle masseproduksjonen av langtransport, via jernbane og dampskip gjorde reisingen mer behagelig, billigere og tilgjengelig. Dermed sluttet utenlandske reiser å være en aktivitet, en opplevelse og en gjennomføring, men ble i stedet en handelsvare (Boorstin 1964).

Boorstins «klagesang» om nedgangen av den reisende og fremgangen av turisten førte til en todeling i turismelitteraturen. Den forsvinnende reisende ble belønnet med nostalgisk prestisje av tidlige oppdagelser, mens det ble skrevet nedsettende om den nye voksende reiseopplevelsen. For noen blir den reisende positivt verdsatt og turisten blir negativt verdsatt. Som Fussel (1980) påpeker, er ordet "turist" til og med negativt tilskrevet i turismeindustrien da reisebyråer heter reisebyråer og ikke turistbyråer.

2.3.2. Anti-turisme i utviklingen av reiseidentiteter

Ifølge Richards og Wilson (2008) er det lettere å si hva man ikke er, enn hva man er. Det er blitt bemerket at innenfor rammen av etnisitet, er differensieringen ofte basert mot samfunnet som er nærmest en selv. Mange ser på turistopplevelsen som en klisjé og mangel på spontanitet i kontrast til den reisende som blir sett på som en risikotaker, spennende og gjennomsyret av frihet. Welk (2004) oppfordret videre at saken best avklares ved å se tilbake i historien til kulturelle opphav i hippiebevegelsen.

Den motkulturen som Cohen (2004) har basert sin begrepsfestning til ”drifterne” på, var en reaksjon mot en ”komfortabel” foreldregenerasjon, så konflikten mellom reisende og turister har røtter i både klasse og generasjonsskiftet. Spørsmålet om hvorvidt reisende er forskjellig fra turister eller om de faktisk er turister selv fremkommer. Dette kan løses ved å se på både hva turister faktisk sier om seg selv, og ved å gå dypere inn i forskjellene litteraturen har foreslått.

Man kan se nærmere på skillet mellom turist og reisende ved hjelp av form-relaterte og type-relaterte attributter. Forskjellen mellom disse er at form-relaterte attributter refererer til ordningene og praksisen der en person konstruerer en reise, slik som type overnatting eller lengde på turen. På en annen side er type-relaterte attributter av psykologisk art, som for eksempel hvor mye betydning en tildeler en tur eller motivasjonen for å reise (Fussel 1980).

I forhold til hva reisende sier om seg selv, hevder Welk (2004) at de reisende ikke ser på seg selv som ”bedre” turister, men avviser ordet turist helt til fordel for reisende. Det samme rapporterer O’Reilly (2005), at reisende er ordet som også foretrekkes av backpackerne. Dette ble også bevist i Richard og Wilsons (2008) undersøkelse hvor over halvparten av de 2300 respondentene identifiserte seg med ordet reisende, rundt en tredjedel som backpackere, og bare en femtedel som turister. At yngre mennesker var mer villig til å godta backpackerstempelet enn eldre var også et funn som kom fram i undersøkelsen.

I en undersøkelse gjort av Davidson (2005) av reisende i India var de fleste av respondentene misfornøyde med å bli kalt backpackere. De så på seg selv som unge, privilegerte friårsstudenter. De ble fornærmet dersom de ble kalt backpackere istedenfor reisende. I O’Reilley (2005) undersøkelse av en gruppe langtidsreisende avviste 100 % turiststempelet, på grunn av forskjellene i tid og pengebruk. Langtidsreisende blir sett på som rik på tid, men anstrengt når det kom til penger. Dann (1981) er av den samme oppfatningen – turister har generelt mindre disponibel tid.

På en annen side fant O'Reilly (2005) ut at noen reisende innrømte at det ikke er noe egentlig skille mellom turister og reisende, men at det heller er en forskjell mellom deres respektive tilnærminger til å reise. I intervjuene kom det fram at forskjellene kommer an på individets åpenhet og erfaring til en "å-finne-seg-selv-reise" istedenfor penger og type overnatting. For reisende er det selve reisen som er viktig, ikke destinasjonen. Welk (2004) ser på viktigheten av tid på en reise som en sinnstilstand. Forskjellen mellom en turist og en reisende er at turisten eksisterer midlertidig, mens en reisende er permanent. Jamieson (1996) foreslår at oppfatningen av identitet eller status skiller seg fra andre turister - det er det som faktisk er forskjellen mellom reisende og turister.

2.4. Backpacking

Begrepet backpacker har vært mye brukt for å beskrive et heterogent segment av turister, og det er et generalisert begrep og representerer en gruppe som har hatt en sterk og voksende økonomiske påvirkning (Paris & Teye 2010). De ble før sett ned på og antatt for å utnytte de lokale økonomisk, men dette har senere blitt motbevist.

Backpackere er som vi har nevnt tidligere ofte unge mennesker som reiser over lengre tid (flere måneder opp til et år) på budsjett, og uten at alle aspekter ved reisen er planlagt på forhånd, med muligheten til å gjøre endringer underveis. I tillegg har de med seg få eiendeler, og det de har med seg har de i en ryggsekk.

Hvorvidt dette er en korrekt og spesifikk beskrivelse av backpackere er vanskelig å si, da det synes å finnes flere forskjellige typer backpackere eller backpacker kategorier, men dette vil vi komme tilbake til senere i oppgaven. Backpackere ønsker generelt og oppleve nye ting, steder og kulturer. Og dette gjør de gjennom å reise overalt i verden i lengre perioder.

Backpackere reiser ofte til mindre utviklede regioner og bruker en stor del av deres totale utgifter på destinasjonen og gir direkte økonomiske fordeler til vertstedets populasjon. Dette fordi de ofte har et ønske om å gi noe igjen til stedene de besøker, og bruker ofte utradisjonelle transportmidler og lignende som "vanlige" turister kanskje helst vil unngå.

Økonomi, miljø og kulturell bærekraft, særlig i bygdene/på landet, kan dra nytte av backpackere, fordi det som sagt er mer sannsynlig at de reiser til mindre utviklede regioner, tilbringe mer tid, og er mer villige til å tåle motgang i forhold til de fleste masseturister. Dette har også en sammenheng med at et stort antall backpackere har en over gjennomsnittet lengde på oppholdet, og derfor bruker de betydelige summer i utviklede enklaver og bruker/kjøper mange av de samme typer produkter som de lokale gjør (Paris og Teye 2010).

2.4.1. Backpacking as a "Rite of passage"

Unge backpackere sies å forlate sine vanlige liv hvor de separerer seg fra familien og det kjente, for å reise ut i det ukjente. Der må de underveis klare å overkomme alle hindre eller problemer som måtte oppstå helt på egen hånd, og ta vanskelige valg uten hjelp fra familie og bekjente. På denne måten kan de bevise for seg selv og andre at de kan håndtere hva enn som måtte komme, og at de kan returnere tilbake som en del av de voksne (Cohen 2003).

Caset om israelske backpackere, analysert av Mevorach (1997), er en spesielt suksessfull implementering av denne modellen. Det er antatt at det israelske militæret utgjør steget fra ungdom til voksenliv for israelske ungdommer. Men Mevorach (1997) mener at de fortsatt beholder den nære tilknytningen til foreldrene underveis. I kontrast til dette mener han at når de reiser ut i den ukjente verden, som mange av de israelske ungdommene gjør etter at de har fullført tiden sin i militæret, er det første gang de er helt på egenhånd og må ta sine egne valg og klare seg selv. Det er under disse forholdene de lærer og blir en del av/går over til voksenlivet. Men det er flere ting som må poengteres når det kommer til rite of passage og det å gå over til voksenlivet (Cohen 2003). For det første har det blitt skapt forskjellige enklaver som føles trygge for backpackere. De er i en slags beskyttende boble, som kan ligne mye på hvordan masseturismen blir sett på. Dette gjør at de ikke trenger å lære like mye nytt, eller bli flinke til forskjellige ting for å klare seg, så lenge de holder seg til å reise fra enklaver til enklaver, hvor mye er kjent og trygt. De trenger rett og slett ikke å investere like mye innsats som for eksempel drifterne måtte.

En annen ting handler om det å bli separert fra hjemmet sitt og familien. Dette er ikke like aktuelt i dag, da teknologien har forandret dette veldig. Før hadde man kanskje internasjonale telefonsamtaler som kostet mye penger, mens nå kan de bare gå inn på en internettkafé og ringe gratis med skype og andre ting.

De kan bruke internett, e-post og lignende, slik at de alltid vil ha en tilkobling til hjemmet og familien sin. Dermed er de ikke lenger helt alene og bare avhengige av seg selv. De kan alltså spørre familien og sine nærmeste om råd om det er noe de skulle lure på eller trenge hjelp til (Cohen 2003).

Videre må man se på forholdet mellom barnet og foreldrene i de vestlige samfunnene i motsetning til i forskjellige stammer hvor «rite of passage» er en del av livet og en veldig vanlig praksis. I de moderne samfunn søker unge og være selvstendige fra veldig tidlig av, og deltar ofte i ting som foreldrene ikke vet noe om, som for eksempel dop, festing og lignende. Og det å reise på backpacking er ofte noe de unge selv bestemmer, gjerne med motsigende ønsker fra foreldrene. Mens i stammer eller tradisjonelle samfunn, er det foreldre som bestemmer og noen ganger også deltar i «rite of passage».

Tilslutt må man nevne at det kanskje er meningen at backpacking skal være en slags reversering fra hvordan de unge har det i sitt normale samfunn og til daglig, men denne reverseringen blir ikke gjennomført, heller motsatt. Ofte blir den rådende kulturen som er utbredt i disse samfunnene mer intensivert og virkelig, og dette kan man spesielt se i backpacker enklaver, hvor dette blomstrer opp på bakgrunn av at de er borte fra foreldrene. Det finnes ikke de samme lover og regler, og alkohol og narkotika er ikke like dyrt som det er hjemme. Man kan se at backpackere bruker sin nye frihet på tur til å utforske og eksperimentere med nye ting. Og de eksperimentene ser ut til å ha veldig lite med å oppleve noe nytt og lære om nye kulturer og lokalbefolkningen. Det som blir tilbudt på de forskjellige destinasjoner og i de forskjellige enklavene, kan være noe backpackerne allerede visste ville være tilgjengelig før de dro, og var kanskje med på å avgjøre at de dro nettopp dit eller i det hele tatt dro på backpacking (Cohen 2003).

2.5. Motivasjonsfaktorer

Moscardo (2006) noterte seg fire tilbakevendende motiver rapportert i tidligere studier av backpacking: et ønske om autentisk eller ekte erfaring, nye opplevelser, tilhørighet eller sosiale motiver, og prestasjon eller læring. Murphy (2001) fant frem til at de viktigste årsakene til at respondentene hans reiste som backpackere, var i rangeringen: økonomiske, sosiale, en mer ekte opplevelse, lengre turlengde, selvstendighet, fleksibilitet, brukervennlighet og bekvemmelighet, tidligere reiseerfaring, og bli anbefalt av andre mennesker.

En online studie som ble utført av ATLAS Backpacker Research Group (BRG) i samarbeid med International Student Travel Confederation har hatt en rekke viktige funn relevant for denne studien (Paris og Teye 2010). Studien som besto av mer enn 2300 respondenter, viser fire hovedmotivasjonsfaktorer; erfaringssøker, avslappingsøker, omgjengelighet/sosialt, og bidra til destinasjonen. De fire viktigste motivasjonsfaktorene hos respondentene var: utforske andre kulturer, oppleve spenning, øke sin kunnskap og slappe av mentalt.

Newlands (2004) gjentok BRG studien i New Zealand, og hentet fire lignende motivasjonsfaktorer som stod frem; fysisk/mental utfordring, ansvarlig omgjengelighet, ha det morsomt med venner, og avslapping. De fire viktigste motivasjonene blant respondentene i undersøkelsen var: å utforske andre kulturer, samhandle med de lokale, øke sin kunnskap og slappe av mentalt.

Niggel og Benson (2008) fant også at de fire beste push motivasjonene for backpackere som besøker Sør-Afrika var: å oppdage nye steder og ting, å utvide kunnskap om verden, for å flykte fra hverdagen/monoton daglig rutine, og å ha det koselig med venner. Resultatene av disse studiene antyder eksistensen av et sett av kjerneverdier for backpackermotivasjon. Motivasjonene til å utforske andre kulturer, øke ens kunnskap og slappe av mentalt, var alle de viktigste i både BRG studien og studien i New Zealand.

Foruten de motivasjonsfaktorene, har tidligere forskning identifisert betydelige sosiale og kulturelle dimensjoner av backpacking. For eksempel har det blitt bemerket at backpacking har en sosial funksjon som en «rite-of-passasage», og den første turen er ofte den første gangen personen har vært borte fra hjemmet for en lengre periode.

Turen kan markere en overgang mellom ungdomstiden, universitet og karriere – altså forskjellige livsstadier (Cohen 2004). Reiseerfaringen til backpackere øker med alderen, og når reiseerfaringen øker, har backpackere en tendens til å besøke mer eksotiske og fjerne reisemål, som gir indirekte støtte til ideen om en backpacker reisekarriere stige (Paris & Teye 2010).

I en australsk studie, utført Loker-Murphy (1996) en segmentering av motivasjonen til backpackerne ved hjelp av 10 påstander for å måle backpackeres motiver for å besøke Australia innenfor rammen av en reisekarriere stige. Studiet fant at de viktigste motiver for å besøke Australia var å søke spenning/aktivitet/eventyrlystne ting å gjøre, for å møte lokale folk, for å nyte og forbedre sin kunnskap om landets miljø, og nyte og forbedre sin kunnskap om landets historie og kultur.

Teorien om en reisekarriere stige for reisemotivasjon skapte et hierarki av reisemotiver basert på Maslows hierarki om motivasjon. Den bestod av fem ulike nivåer, inkludert fra det laveste nivået til det høyeste nivå: avslappingsbehov, sikkerhet/trygghetsbehov, sosiale behov, selvfølelse og utviklingsbehov, og selvoppfyllelsesbehov. Hierarkiet av reisebehov ble kombinert med ideen om en reisekarriere basert på forestillingen om at en når en persons reiseerfaring øker, endres deres motivasjon for å reise. Teorien om en reisekarriere stige foreslo at reisende steg videre opp et hierarki av reisemotiver ettersom deres reiseerfaring økte. Dette førte til utviklingen av teorien om en reisekarriere stige (Paris og Teye 2010).

Når det kommer til backpackere og deres motivasjon for å reise er nok tanken på reisen som en slags flukt fra det travle hverdagslivet ofte til stede. Man vil vekk fra kjedsomhet, arbeid, karrierebestemmelser, forhold og ansvar (Pearce 1993).

Backpacking er en måte å unnsnippe hverdagsstress, til å føle frihet, uavhengighet, og oppleve eventyr og nye og spennende opplevelser. En engangsopplevelse til å oppleve og utforske nye land og kulturer (O'Reilly 2006).

Det ukjente er som nevnt tidligere også ofte en stor motivasjonsfaktor. Personlig vekst og utvikling: Man opplever nye utfordringer, tar egne avgjørelser, man løser problemene på sin egen måte og er selvstendig. Når man går fra sitt normale liv til en helt ny hverdag gir det mulighet for en ny væremåte.

Etter alt man har opplevd på en slik reise, personer man har møtt, alt man har sett og erfart, blir mange også et helt annet menneske når man vender hjem igjen. Man har fått ny livserfaring, mer selvstendighet, blitt voksen og fått en ny identitet (Cohen 2004). En annen motivasjonsfaktor som ikke mange backpackere innrømmer er at det gir status blant venner og familie å ha reist rundt i verden (Cohen 2003). Steinbeck (1962) sier det på en fin måte; "One travels not so much to see, but to tell *afterwards*".

2.5.1. Push & Pull

Push og Pull faktorer dreier seg om teorier om at folk reiser fordi de blir "pushed" og "pulled" til det. Sagt på en annen måte blir de dyttet/skjøvet mot å ta valget om å reise, og trukket til/mot en destinasjon. Tradisjonelt sett har push motivasjoner vært med på og forklart trangen til å reise, mens pull motivasjoner har forklart det endelige destinasjonsvalget. Push faktorer er altså noe som får folk til å reise, mens pull faktorer er noe som tiltrekker dem til å reise bestemte steder etter at valget om å reise er tatt.

Noen push faktorer kan for eksempel være; å komme seg bort, hvile og avslapning, spenning, eventyr, opplevelser, helse, sosial samhandling og lignende. Pull faktorer blir sett på som for eksempel; fine strender, høy standard på hoteller, fasiliteter, historiske ressurser, oppfatning og forventning til noe nytt, hvordan destinasjonen er blitt markedsført og lignende (Baloglu & Uysal 1996).

Crompton (1979) har identifisert ni motivasjoner hos fornøylesreisende som påvirker deres valg av reisemål gjennom empirisk forskning. Disse ble klassifisert som; Sosio-psykologiske; flukt fra det dagligdagse, utforskning og evaluering av selvtillit, avslapning, prestisje, rekreasjon, forbedring av relasjoner og tilrettelegging for sosial interaksjon. De siste to er; å oppleve noe nytt og utdanning, som han kaller de kulturelle motivasjonene (sitert i Baloglu & Uysal 1996).

Yuan og McDonald (1990) har også undersøkt motivasjonsfaktorer basert på begrepene push og pull. Dette gjorde de på oversjø reisende, og de identifiserte fem push faktorer; Flykte, nyhet, prestisje, forbedring av slektskaps relasjoner, og avslapning/hobbyer. Syv pull faktorer ble identifisert; budsjett, kultur og historie, villmark, enkel reise, kosmopolitisk miljø, anlegg, og jakt. Å oppleve noe nytt ble rangert som den viktigste faktoren i deres undersøkelse, mens flukt kom som nummer to (sitert i Baloglu og Uysal 1996).

For å kunne markedsføre en destinasjon effektivt, er det viktig og ha kunnskap om både push og pull faktorene når det kommer til motivasjon, men det vil også være viktig å forstå forholdet mellom disse to faktorene. Ved å forstå samspillet mellom dem, vil det kunne hjelpe markedsførere og andre til å sette sammen attraktive pakker for turistene ved å bruke en suksessfull kombinasjon av både push og pull faktorer. Ved å kunne få motivasjonene personer har for å reise (push faktorer), til å samsvare og stemme overens med det destinasjonen tilbyr (pull faktorer), for å kunne tilfredsstill de ønskene og behovene personene har og forventer, vil det gjøre det til en attraktiv og vellykket destinasjon (Baloglu og Uysal 1996).

2.6. Herzberg og Maslow

Når det kommer til Maslows behovspyramide går den ut på at man må oppfylle behovene nedenfra og opp. De grunnleggende behovene som mat og drikke må altså oppfylles før man kan tenke på de fysiske og sosiale sikkerhetsbehovene (Kaufman og Kaufman 2009).

2.1. Figur: Maslows behovspyramide (Kaufman og Kaufman 2009)

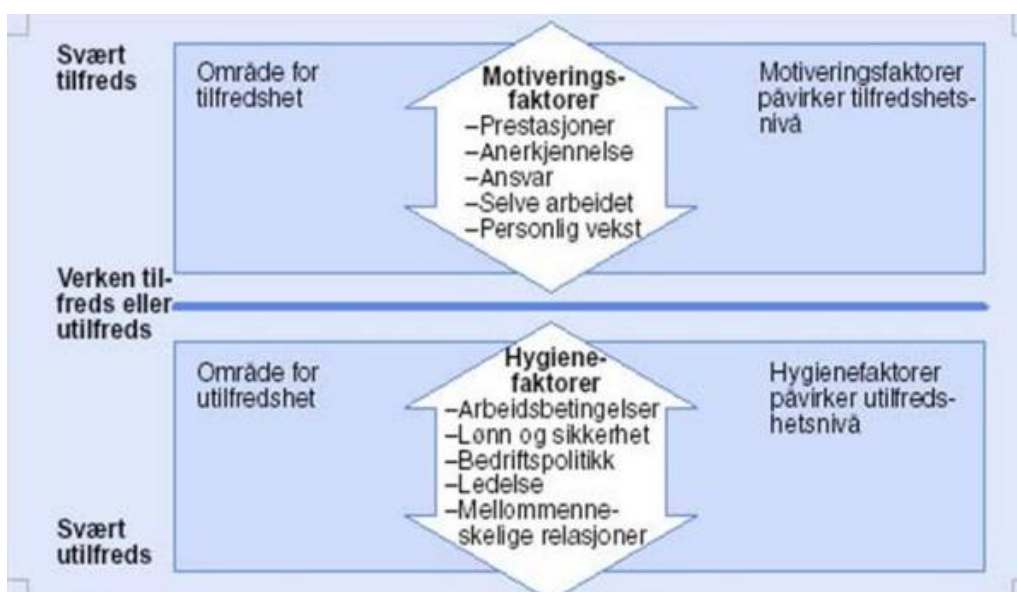


Herzbergs teori bygger på Maslows arbeid, men er redusert til to faktorer. Det ene nivået er hygiene faktorene og det andre nivået er motivasjonsfaktorene. Dette er faktorer som skaper utilfredshet og faktorer som skaper tilfredshet. Det vi ser ut ifra Herzbergs *motivasjonsfaktorer* (indre faktorer) er prestasjoner, tilfredsstillelsen ved å fullføre et arbeid, løse problemer og se resultater av sitt eget arbeid (Kaufmann og Kaufmann, 2009). Fra en backpackers ståsted kan det være en motivasjon å være på selve reisen, det er dette en har jobbet så mye for og spikket og spart til for å kunne utføre. Man kan se resultatet av sitt eget arbeid. Å få anerkjennelse for vel utført arbeid kan sammenlignes med selve backpackerreisen, det er anerkjennelsen en får for å ha arbeidet hardt og målrettet for å oppnå det en vil, litt likt som ovenfor.

Å ha ansvar og kontroll over egen arbeidssituasjon kan gi en slags frihetsfølelse, det å vite at en kan gjøre akkurat det en selv vil – ved backpacking vil det si å reise hvor en vil, bruke penger på det en vil og lignende. Forfremmelse eller tilfeller der en blir tildelt høyere status – å ha hatt gleden av å være på en jorden-rundt-reise kan gi status blant venner og familie når en forteller om alt en har sett og opplevde på turen.

Vekst, læring og nye ferdigheter – på en slik lang reise vokser en gjerne som person, en finner ut av hvem man er og blir mer voksen og ansvarlig når en tar alle avgjørelser selv. En lærer om nye kulturer, men også om seg selv, hvor ens egne grenser går og toleranse overfor andre mennesker.

2.2. Figur: Hertzbergs behovsteorier (Kaufman og Kaufman 2009)



Når det kommer til Hertzbergs *hygienefaktorer* (ytre faktorer) passert disse best til vår oppgave; mellommenneskelige forhold, økonomisk godtgjørelse, status, sikkerhet og privatliv. I arbeidslivet sies det at hygienefaktorer skaper mistrivsel om de ikke er til stede, men IKKE trivsel om de er tilstede, dette fordi det forventes at det skal være tilstede. Man tenker ikke over dem før de faktisk ikke er der (Kaufman og Kaufman 2009).

2.7. Identitet/Kategorier av backpackere – O'Reilly

Backpackere er ikke en homogen gruppe mennesker som det kanskje fremstår til å begynne med. Selv om driften fortsatt er et populært ideal og kjennetegn når det kommer til backpackere, er ikke dette en kategori man kan putte alle backpackere i lenger. Man kan rett og slett ikke putte backpackere i én kategori. Det har med tiden blitt slik at backpackere blir delt inn i flere kategorier eller nisjer om man vil, da det finnes så mange forskjellige typer backpackere rundt om i verden (O'Reilly 2006).

Et spørsmål man kan stille seg er om backpacking er på vei til å utvikle seg til enda en ny type masseturisme? Eller finnes det forskjellige kategorier av backpackere, hvor noen er veldig individuelle og uavhengige mens noen er mer lik masseturisten? O'Reilly (2006) har forsøkt å lage sine egne kategorier av backpackere som er basert på deres individuelle måte å forholde seg til og gå frem når det kommer til selve reisen og det og reise.

Det er i hovedsak fem typer:

2.7.1. Den profesjonelle backpackeren

For *den profesjonelle backpackeren* er reisen den største prioritet fremfor alle andre livsprosjekter. Karriere og relasjoner er ofte satt på vent. Reisen har generelt ingen planlagt slutt, med lange perioder borte fra hjemmet, vanligvis år heller enn måneder. Den profesjonelle backpacker ligner mest på hippie reisende av 1960 og 1970-tallet, eller driften. En retur hjem eller en stopp for å jobbe blir sett på som midlertidig for å tjene penger til videre reise, snarere enn en tilbakevending til et "normalt" liv.

2.7.2. Friårbackpackeren

Friår backpackeren bruker slutten av en betydelig fase av livet som en mulighet til å reise, vanligvis etter videregående eller universitet. Snarere enn å være et livsstils valg, er reiser sett på som en forlengelse av sin utdanning eller en endelig "flørt" før de slår seg til ro. Friår backpackeren har en tendens til å reise for kortere perioder enn profesjonelle backpackere - Generelt 6 måneder eller mindre, men noen ganger strekker det til ett år. Det er en tendens til at mer av turen er planlagt på forhånd, minst i form av generelle ruter og grove datoer for å reise videre. For det meste pleier de å bruke tjenester som backpacker-transport, kafeer, avstikkere, spennende aktiviteter og vandrerhjem/hosteller.

2.7.3. Livskrise backpackeren

Livskrise backpackeren reagerer på et større avbrudd eller krise i livet ved å ta beslutningen om å reise, for eksempel etter å ha mottatt en arv, ved at en føler seg overflødig, eller ved slutten av et forhold. Noen reagerer på en mer vag følelse av ubehag eller misnøye med livet, men alle har et felles ønske om personlig vekst, healing eller flukt. Tiden på reisen har en tendens til å være seks måneder eller mer, noen ganger med en ubestemt returdato. Livskrise backpackere forventer ofte at reisen skal resultere i selv-transformasjon, og muligens en betydelig endring i livets retning ved hjemkomsten.

2.7.4. Party backpackeren

Det primære målet for **party backpackeren** er å finne et sted som har sol, strand, billig øl og (ofte) narkotika. Selv om mange backpackere kommer bortimot narkotika og fester mens de reiser, spesielt på bestemte kjente destinasjoner som Goa eller øyene i Thailand, er dette for de fleste ikke det primære formålet med reisen. I motsetning til party backpackeren hvor dette er det viktigste. De pleier å reise i måneder snarere enn år, og drar vanligvis hjem når de ikke har mer penger. De har en tendens til å bo i områder som er sterkt besøkt av backpackere og bruker en rekke fasiliteter som vandrerhjem, klubber eller barer og eventyrlige aktiviteter.

2.7.5. Den korttidsreisende backpackeren

Den *korttidsreisende backpackeren* foretrekker å reise selvstendig og på et lavt budsjett, men kan bare gjøre det for relativt korte perioder av gangen. I motsetning til den profesjonelle backpacker, har andre livsprosjekter prioritet, men har fortsatt ikke tatt bort trangen til å reise. Selv om lengden av tid brukt på reisen er mer som en lang ferie, kan vekt på erfaring og selvtransformasjon være lik som den profesjonelle, friårs backpackeren eller livskrise backpackeren. De reiser for uker eller én måned av gangen, som kan føre til at mer planlegging vil være nødvendig. Korttidsreisende har kanskje allerede har tatt en eller flere lange reiser i fortiden. Andre ønsker ikke å ta en lang tur, men likevel ønsker frihet og potensielle spenninger som backpacker reiser lover.

Det er mulig for en enkeltperson å passere gjennom to eller flere av disse kategoriene i løpet av en tur eller under sin livssyklus. Den profesjonelle ender kanskje med å slå seg til ro etter hvert og heller dra på kortere turer noen ganger. Mens friårs backpackeren kanskje utvikler seg til å bli en profesjonell backpacker over tid. Det finnes flere andre muligheter å passere gjennom disse kategoriene på, og det er også mulig å være i to forskjellige kategorier på en og samme tur (O'Reilly 2006).

2.8. Identitet/Kategorier av backpackere – Loker-Murphy

I tillegg til de nevnte bidragene over, har Loker-Murphy (1996) kommet frem til noen egne kategorier av backpackere. I en artikkel om reisemotivasjon blant backpackere til Australia endte hun opp med fire typer backpackere:

2.8.1. Escapers/relaxers

Escapers/relaxers prioriterer å komme seg unna og slappe av. De ønsker å komme seg bort fra presset fra det vanlige livet. I tillegg ønsker de å tilbringe tid med mennesker som betyr mye for dem. Det er ikke like viktig å lære og utforske nye kulturer og opplevelser.

2.8.2. Social/excitement seekers

Social/excitement seekers ønsker å møte lokalbefolkningen og bli kjent med dem, men også å være sosial med andre reisende. De verdsetter også spenning og sosiale opplevelser å tilbringe tid med mennesker som betyr mye for dem. Men denne gruppen ser på det å møte lokalbefolkningen som noe mer sosialt fremfor å lære om og oppleve deres kultur og utvikle seg selv.

2.8.3. Self-developers

Self-developers prioriterer og utforske og lære fremfor å ligge på stranden og slappe av. De drar til attraksjoner og nasjonalparker/museum og lignende for å utvikle seg selv. De har ikke like mye fokus på og tilbringe tid med mennesker som betyr mye for dem, eller hvor populære eller mye pratet om destinasjonene er.

2.8.4. Achievers

Achievers ønsker å oppnå og oppleve alt. De ønsker spenning, opplevelser og eventyr. De ønsker mest mulig ut av reisen sin, og har heller ikke like stort fokus på å tilbringe tid med mennesker som betyr mye for dem. Møte lokalbefolkningen og oppleve deres kultur og væremåte er derimot veldig viktig, men i tillegg til spenning og eventyr liker de og ta det rolig og slappe av og nyte det de opplever og menneskene de møter.

Loker-Murphy viser med denne typologien at ikke alle backpackere reiser rundt bare for å feste eller møte andre backpackere. Backpackere har ulike typer motiver for å reise, og prioriterer forskjellig med hensyn til eget forbruk og hva de ønsker ut av reisen. Det er også blant disse kategoriene mulig å forflytte seg fra en kategori til en annen (Loker- Murphy 1996).

3.0. Metode

Metode betyr å følge en bestemt vei mot et mål (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 32). Samfunnsvitenskapelig metode går ut på hvordan vi skal gå frem når vi skal forske på noe som omhandler virkeligheten, hvordan vi skal analysere informasjonen vi får inn og tolke det, slik at vi kan komme frem til svar og innsikt i det som undersøkes. Det handler rett og slett om hvordan man samler inn, analyserer og tolker data (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 33). Når det kommer til samfunnsvitenskapelig metode finnes det et skille mellom kvalitativ og kvantitativ metode. Ved kvalitativ metode er ofte ikke kvantiteten like viktig som kvaliteten, man går altså mer i dybden ved hjelp av for eksempel dybdeintervjuer. Mens kvantitativ metode ofte består av for eksempel spørreundersøkelser som går ut til et stort kvantum respondenter og det er mer fokus på å telle opp fenomener (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004).

Selve forskningsprosessen består ofte av fire faser: Forberedelse, datainnsamling, dataanalyse og rapportering. Vi vil i dette kapitlet ta for oss vår egen prosess, og hvilke valg vi har tatt når det kommer til kvantitativ eller kvalitativ metode, forskningsdesign, utvalgsstrategi, datainnsamlingsmetode og analysemetode.

3.1. Formål

Som vi har nevnt tidligere er formålet med denne oppgaven å finne ut mer nøyaktig hva unge og backpackere vektlegger når de velger å reise på backpacking. Vi håper også med denne oppgaven at vi kan finne frem til noen spesielle motivasjonsfaktorer som vektlegges mer og påvirker reisen valg i større grad enn andre, og hvorfor de eventuelt gjør det. Backpacking har blitt studert i mange år, og er et veldig stort og omfattende tema, som vi tror vil fortsette å vokse og bli undersøkt i mange år til. Og det er nettopp derfor vi synes dette er et interessant område å forske på og finne ut mer om.

3.2. Problemstilling

Problemstillingen er: *Hvilke motivasjonsfaktorer ligger til grunn ved valg av backpackingturer, og kan backpackere kategoriseres i en homogen gruppe?*

Vi ønsker som sagt å se nærmere på og prøve å forstå hva det er som får folk til å reise på backpackingturer - hva som motiverer dem til å velge denne typen reisemåte, og hvorfor de eventuelt velger dette fremfor vanlige charterturer og lignende. Vi vil også se nærmere på om det finnes flere forskjellige typer backpackere, eller om alle kan plasseres i samme kategori.

3.3. Kvalitativ vs. Kvantitativ

Som nevnt i innledningen kommer man ikke utenom skillet mellom kvalitativ og kvantitativ metode i metodelæren. Spørreundersøkelser er et eksempel på kvantitativ tilnærming, mens kvalitativ metode er en fyldigere beskrivelse. Hvilken forskningsmetode som velges kommer an på problemstillingen og formålet med studiet. Hvis en ønsker å finne ut om opplevelser eller oppfatninger til noen, egner det seg å bruke kvalitativ metode (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004).

3.4. Forskningsdesign

Før man skal gjennomføre en undersøkelse, er det mange viktige steg og forberedelser man må ta, som blant annet hva og hvem som skal undersøkes, noe vi allerede har nevnt. I tillegg må man vite hvordan man skal gjennomføre undersøkelsen, som betyr at man må velge et forskningsdesign. Her må man først og fremst se på tidsperspektivet til undersøkelsen. Skal den undersøkes på ett bestemt tidspunkt blir det kalt tverrsnittundersøkelser. Gjennomfører man studier på samme personer over lengre tid kalles det longitudinelle undersøkelser (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 73-74).

Når det kommer til kvalitative undersøkelser trekker Johannessen, Kristoffersen og Tufte (2004) frem fire av de vanligste forskningsdesignene; Fenomenologi, grounded theory, etnografisk design og casedesign. Vi vil kort gå igjennom disse, for så å forklare hvilket forskningsdesign vi mener passer best for vår undersøkelse.

Fenomenologi

En fenomenologisk tilnærming går ut på og utforske og beskrive mennesker og deres erfaringer og forståelse av et fenomen. Det baserer seg på å forstå meningen mennesker har om noe, gjennom deres øyne. Man ønsker å få innsikt i andre menneskers liv og tanker, og designet tar utgangspunkt i allerede eksisterende teorier (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 80-82).

Grounded Theory

Med dette forskningsdesignet har man som hovedformål å utvikle nye teorier med utgangspunkt i data. Man ønsker å komme frem til noen spesielle kjernebegreper som får frem hva som er sentralt i dataene. I tillegg foregår datainnsamlingen og analysen parallelt, for at forskeren skal kunne danne seg en oppfatning av hva som er det sentrale i dataene, og på den måten finne veien videre i undersøkelsen (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 82).

Etnografisk design

Etnografiske undersøkelser og studier går ut på å beskrive eller tolke en kultur, en sosial gruppe eller et sosialt system. Her går forskeren ut i felten og bruker datainnsamlingsmetoder som for eksempel deltakende observasjon over lengre tid, i tillegg til å intervju informanter. Deltakende observasjon går ut på at forskeren selv blir en del av den kulturen han undersøker, og han studerer denne kulturen nøye (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 82-83).

Casedesign

Ved casedesign betyr det at man studerer ett eller noen få tilfeller inngående. Og dette gjør man ofte over lengre tid gjennom detaljert og omfattende datainnsamling. Man kan gjennomføre casedesign undersøkelser ved både kvalitative og kvantitative tilnærminger som for eksempel observasjoner, intervjuer, spørreskjemaer og lignende. På denne måten kan man få mye mer og detaljerte data (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 83-84).

Formålet med vår oppgave er å *forstå og eksplorere*. Vi ønsker ikke å beskrive eller forklare fenomenet backpacking, men vi ønsker å forstå og undersøke hva som får folk til å velge denne typen reisemetode, og hva det er som gjør dette så interessant for mange. Vi ønsker altså å forstå sammenhengen mellom motivasjonsfaktorene vi vil komme frem til i forhold til valget av backpackingturer. Forskningsdesignet vårt blir derfor *fenomenologi*, da vi føler dette designet passer best til vårt formål. Dette fordi det går ut på å finne ut noe om menneskers egne meninger og forståelse som vi altså ser i sammenheng med backpackingturer. Målet er å få økt forståelse og innsikt i andres livsverden. Vi ønsker altså å forstå hvorfor noen velger backpackingturer, og dette gjør vi gjennom intervjuobjektene våre.

3.5. Utvalgsstrategi

Utvelging av informanter er en viktig del av forskningsprosessen, da det kan ha mye å si for utfallet og informasjonen man får inn. For å nevne to av de vanligste utvalgsmetodene, vil man ofte i kvantitative undersøkelser velge et helt tilfeldig utvalg respondenter for å ha muligheten til å generalisere. En annen utvalgsmetode som er vanlig når det kommer til kvalitative undersøkelser er strategisk utvalg, som betyr at forskeren allerede har bestemt seg for hvilken målgruppe han skal velge når han skal samle data. Det finnes et stort antall forskjellige utvalgsmetoder å velge mellom, som blant annet: Ekstreme utvalg, intensive utvalg, utvalg med maksimal variasjon, homogent utvalg, utvalg med typiske tilfeller, kvoteutvelging, utvalg med kritiske tilfeller, snøballmetoden, kriteriebasert utvelging, teoribasert utvelging og bekvemmelighetsutvelging for å nevne noen (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004).

Vår oppgave baserer seg på et *strategisk utvalg*. Vi har valgt en målgruppe som vi vet kan hjelpe til å svare på problemstillingen og temaet vi forsker på. Vi mener dette er en passende utvalgsstrategi fordi vi ønsker å finne ut av noe som har med motivasjon bak handling i forhold til backpacking å gjøre. Backpacking er et fenomen blant unge mennesker, så derfor velger vi unge personer som har vært på backpackingturer. Det vil altså ikke være hensiktsmessig for oss og vår oppgave å forhøre oss med andre personer for å finne frem til det vi lurer på, fordi de da ikke kan komme med den informasjonen vi trenger.

Vi har valgt personer som vi vet har vært på backpackingturer, og vi har valgt personer vi kjenner til fra før av, noe som også gjør det til et *bequemmelighetsutvalg*. Vi har kontaktet dem via e-post, for å se om de var villige til å la seg intervjuer angående vår problemstilling og vårt tema. Når det kommer til *utvalgsstørrelsen*, har vi intervjuet 10 personer etter anbefaling fra veilederen vår, og med tanke på at dette er et prosjekt med begrenset tid til rådighet. I tillegg til de 10 intervjuobjektene, har vi fått intervjuer Marketing Manager hos Kilroy. Dette så vi på som en god mulighet til å få innsikt og svar fra deres synspunkt som en bedrift som selger jorden-rundt reiser og backpacking reiser, slik at vi igjen kan sammenligne dette opp mot svar fra våre respondenter.

3.6. Datainnsamlingsmetode

For å samle inn data har vi valgt å bruke kvalitative dybdeintervjuer. Vi ønsket som nevnt tidligere å intervjuer forskjellige personer som har reist på backpackingturer. Et kvalitativt intervju blir sett på som en samtale mellom intervjuer og informant, og baserer seg på å få frem informasjon fra informantens livsverden og deres meninger og holdninger i forhold til det fenomenet man undersøker (Johannessen, Kristoffersen og Tuft 2004). Det finnes forskjellige måter å gjennomføre et intervju på. Man kan gjøre et ustrukturert intervju med helt åpne spørsmål som kan tilpasses situasjonen og settingen. Videre kan man velge semi-strukturert eller delvis strukturert intervju som går ut på at man har en overordnet intervjuguide men at spørsmål, temaer og rekkefølgen kan variere.

En annen fremgangsmåte man kan velge er strukturert intervju med fastlagt tema og spørsmål, strukturert intervju med faste svaralternativer eller gruppeintervju/fokusgrupper (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004).

Vi har valgt et semi-strukturert intervju i vår undersøkelse. Dette mener vi er den beste måten for oss å gjennomføre intervjuene på, slik at det er åpent for at intervjuobjektet fritt kan komme med egne meninger og tanker, uten å føle at han/hun må følge rekkefølgen, og ikke kan komme tilbake til noe etter at det er besvart. På den måten mener vi at man kan få mer utdypende og utfyllende svar da det alltid er mulighet for å legge til noe, så lenge vi tilslutt fortsatt får svar på de spørsmål vi har.

Utformingen av intervjuguiden vår gikk ut på at vi begynte med fakta spørsmål slik at informantene kunne begynne rolig og få en god start. Dette er spørsmål om jobb, bosted og lignende. Videre stilte vi gradvis mer kompliserte spørsmål som tidligere reiseerfaring, reiseruten deres, om de var på et spesielt stadiet i livet, hvilke behov som var viktige å tilfredsstille ved reisemåte, hvilke kategorier de ville plassert seg i når det kommer til backpacking og lignende. Intervjuene tok alt fra 45 minutter til litt over 1 time. For utfyllende intervjuguide, se vedlegg 1, og vedlegg 2 for intervjuguiden til Marketing Manager hos Kilroy.

3.7. Analysemetode

Det finnes flere måter å analysere fenomenologiske undersøkelser og kvalitative intervjuer på. Analysemetoden vi har valgt er delvis koding og ad-hoc. Koding går ut på å dele informasjonen vi har fått inn i forskjellige kategorier, slik at man kan finne frem til meningsinnholdet og få oversikt over all data som ofte kommer i store mengder (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004). Vi har delt inn spørreskjemaet vårt i fire kategorier som ville gjøre det lettere for oss og gjøre analysen og komme frem til en konklusjon. Vi delte det inn i fire kategorier; Motivasjon, identitet, backpacking og refleksjon.

Ad-hoc er en metode som går ut på at man ikke har noen standardmetode for å analysere intervjuene, men en blanding av forskjellige teknikker, og dette er også en av de mest brukte måtene å analysere kvalitative intervjuer på (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004).

3.8. Reliabilitet og validitet

Noe helt grunnleggende og viktig ved en undersøkelse og forskning er om dataene er pålitelige, eller som det kalles på forskningsspråket; Reliabilitet. Innenfor kvalitativ forskning vil krav til reliabilitet ikke være like hensiktsmessig som ved kvantitativ forskning. Dette fordi det ofte vil være vanskelig for andre forskere å gjøre akkurat det samme om igjen, og fordi hver forsker er forskjellig på individnivå med forskjellige meninger og tolkningsmåter (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004).

Når det kommer til validitet ved kvalitative undersøkelser vil det dreie seg om man faktisk undersøker det man har til hensikt å undersøke, og om de funnene man kommer frem til sier noe om virkeligheten og reflekterer formålet med undersøkelsen (Johannessen, Kristoffersen & Tufte 2004). Ved en relativt liten og kortvarig undersøkelse som vår, vil det være vanskelig å gjennomføre kontroller for validitet, da dette ofte krever ekstra arbeid og ressurser enn det vi har mulighet til å gjennomføre. Får å validere og gjøre vår undersøkelse pålitelig, har vi underveis forklart nøye hva vi vil gjøre, og hvordan vi skal gjøre det. I tillegg tar vi med flere utsagn og sitater fra respondentene våre.

Det våre respondenter har svart i intervjuene stemmer godt overens med teorien vi har brukt og funnet frem til. Vi intervjuet også Even fra Kilroy, og hans svar har stor sammenheng med både det våre respondenter og teorien sier. Allikevel kan vi ikke si at vår oppgave tilfredsstillende alle krav til reliabilitet og validitet, da vi har hatt minimalt med tid tilgjengelig, lite ressurser, og i tillegg kun hatt tid til å intervju 10 respondenter. Våre intervjuobjekter er alle innenfor alderen 20-30 år, derfor har vi ingen informasjon om hva yngre eller eldre backpackere ville svart. I tillegg er alle våre respondenter norske, så vi har ingen mulighet til å gi noen oversikt over hvordan utenlandske backpackere ser på backpacking.

4.0. Analyse & Tolkning

I dette kapittelet vil vi ta for oss det våre respondenter har svart og sette det opp mot litteraturen. Avsnittene er delt inn etter hovedområdene vi har valgt å fokusere på som vi har brukt gjennom hele oppgaven; motivasjon, identitet, backpacking og refleksjon. Vi vil først begynne kapittelet med en kort presentasjon av intervjuobjektene våre, og så gå videre til funnene våre.

4.1. Presentasjon av intervjuobjektene

Navn: Siv

Alder: 23 år

Student/jobb/annet: Studerer grunnskolelærer, jobber som omsorgsmedarbeider.

Lengde og tidspunkt på reisen: Reiste 5 måneder i 2008.

Reiserute: Mexico, Belize, Guatemala, Costa Rica, Peru, Brasil, Hong Kong, Vietnam, Kambodsja, Malaysia og Thailand.

Navn: Kristina

Alder: 22 år

Student/jobb/annet: Studerer ingeniør i Frankrike.

Lengde og tidspunkt på reisen: Reiste 6 måneder i 2010.

Reiserute: Afrika, Asia, Australia og Sør-Amerika.

Navn: Charlotte

Alder: 24 år

Student/jobb/annet: Jobber i barnevernet.

Lengde og tidspunkt på reisen: Reiste 5 måneder i 2008.

Reiserute: Sør- og Mellom-Amerika og Asia.

Navn: Siri

Alder: 25 år

Student/jobb/annet: Student, jobber på X-plore.

Lengde og tidspunkt på reisen: Reiste 11 måneder i 2006/2007.

Reiserute: Australia, New Zealand, Fiji, Cook Islands, USA, Costa Rica og England.

Navn: Eline

Alder: 23 år

Student/jobb/annet: Student, jobber som hotellresepsjonist.

Lengde og tidspunkt på reisen: Reiste litt over 5 måneder i 2008.

Reiserute: Thailand, Kambodsja, Kina, Australia, Fiji, Samoa, L.A., Guatemala, Cuba og Peru.

Navn: Beate

Alder: 26 år

Student/jobb/annet: Student, jobber hos Jurk.

Lengde og tidspunkt på reisen: Reiste litt over 3 måneder i 2009/2010.

Reiserute: Thailand, Kambodsja, Vietnam, Malaysia, USA, Bahamas, Mexico, Belize, Honduras, Nicaragua og Costa Rica.

Navn: Atle

Alder: 25 år

Student/jobb/annet: Jobber på Perminalen.

Lengde og tidspunkt på reisen: Litt over 9 måneder.

Reiserute: India, Nepal, Tibet, Kina, Japan, Vietnam, Laos, Kambodsja, Thailand, Indonesia, Singapore, Australia, Fiji og New Zealand.

Navn: Elisabet

Alder: 26 år

Student/jobb/annet: Pedagogisk lærer i barnehage.

Lengde og tidspunkt på reisen: 4 måneder i 2011.

Reiserute: Nicaragua, Honduras, Guatemala og Belize.

Navn: Serine

Alder: 24 år

Student/jobb/annet: Studerer og jobber på Ekspert.

Lengde og tidspunkt på reisen: 4,5 måneder i 2007-2008.

Reiserute: Australia og Asia.

Navn: Silje

Alder: 26 år

Student/jobb/annet: Sykepleier.

Lengde og tidspunkt på reisen: 8-10 måneder i 2007/2008.

Reiserute: Australia, New Zealand og USA.

4.2. Motivasjon

Motivasjon handler først og fremst om hvorfor folk reiser, hva som får dem til å ta det store steget og kaste seg i den store, vide verden for og utforske alt det nye og ukjente. Enten det har vært en stor drøm hele livet, en flukt fra hverdagen, eller bare en spontan idé som blir til virkelighet, er det godt og ha noe å se frem til og glede seg til. Det går igjen i alle respondentenes svar om hvorfor de ville reise på backpacking.

Det som motiverte dem var selve opplevelsen, ønske om å oppleve noe nytt, noe ukjent og spennende. De mener at å vite at man har muligheten til å gjøre akkurat hva en vil, når en vil og hvor en vil, er en helt fantastisk frihetsfølelse. Ønske om å lære mer om språk og kulturer er også en stor motivasjonsfaktor for våre respondenter. Dette var også noe vi trodde kom til å være svarene, og er også noe vi er enige i etter å ha vært på backpacking selv. Man reiser ikke nødvendigvis på en chartertur om man ønsker å oppleve nye og spennende steder og kulturer, eller oppleve spennende eventyr som å se selve Taj Mahal eller Machu Picchu, eller de berømte fossefallene som Victoria Falls, Foz de Iguassu eller Niagarafallene. Dette kan ikke sammenlignes med en to ukers ferie på Gran Canaria, hvor planen er satt, eller man melder seg på ulike aktiviteter i regi av reisebyråer eller hotellene. Vil man bare ha en uke med avslapping på stranden passer selvfølgelig en chartertur til syden like godt. Alt i alt går det ut på hva du ønsker ut av reisen.

De aller fleste reiste da de var ferdig på videregående og skulle ha et friår. Man kan da være litt usikker på fremtiden og hvilke veier en skal ta, og har derfor en ypperlig mulighet til å hive på seg ryggsekken og ta fatt på en backpackertur. Tre av respondentene var i en mellomfase – ferdig med utdanningen, men ville utforske verden før de begynte å jobbe for fullt. Her kan push – og pullfaktorene nevnes; En blir dratt mot den nye destinasjonen med tanke på alt det spennende og ukjente en snart skal få oppleve. En blir også skjøvet vekk fra Norge fordi man vil vekk fra det kjedelige og hverdagslige, og man har et helt friår til gode og vil gjøre noe storartet ut av det (Baloglu & Uysal 1996).

En faktor som er med på og både skyve og dra er nok klima, tror vi. Lengselen mot et varmere klima er nok ikke langt unna når man befinner seg i kalde ustabile vær-Norge. Kjas og mas, stress og rutiner tror vi er en soleklar skyv-faktor. Søken etter det nye, spennende og uoppdagede er med på å dra backpackerne mot destinasjonene de ønsker å besøke. Vi tror backpackere velger destinasjoner til turen ut i fra motivasjoner og ønsker, men også litt ut i fra hva de hører fra andre som har vært på turer, og hva de anbefaler, altså word of mouth. Også tror vi det finnes noen som ikke bestemmer seg for så veldig mye før de drar, men heller gjør ting og planlegger underveis, ut i fra hva de føler og ønsker seg der og da, og dette er nok personer som ligner mer på drifteren.

Ifølge Maslows behovspyramide må de grunnleggende behovene som mat, vann, husly, trygghet, sikkerhet, sosial tilhørighet og sosial status dekkes før man oppnår selvrealisering. På en backpackerreise må en forholde seg til mange ulike mennesker, man møter på nye kulturer, folk fra alle slags land, man må respektere hverandres ulikheter og grenser, er man heldig får man også venner for livet.

Både vi og respondentene er enige i at man bør være sparsom i pengeveien og tenke at de skal vare gjennom hele turen (kommer an på hvor mye en har spart på forhånd), går en tom for penger er det plutselig ikke fullt så moro lenger. Noe vi tror er svært viktig når en reiser til mange ulike land er å føle seg trygg og sikker – å gå rundt å føle seg redd er ikke en behagelig følelse. Kulturen er noe man får «med på kjøpet» i det landet man reiser til, men dog utrolig fascinerende å se hvor likt eller ulikt det er vårt hjemland. Og vi tror at man gjennom en backpackertur kan dekke alle de forskjellige behovene som er i Maslows behovspyramide, men om de dekkes i den rekkefølgen Maslow mener de må dekkes vet vi ikke. Og det er nok ikke sikkert at alle nivåer er like viktige for alle backpackere å få dekt. De fleste som har vært ute og reist før, merker nok store forskjeller på blant annet åpenhet og imøtekommenhet fra de ulike landene og Norge med tanke på hvor åpne de er og at de snakker med «alle». Alle respondentene har mye reiseerfaring fra før og nevner at det er store forskjeller på gjestfriheten her til lands enn på reisemål de har besøkt, som for eksempel Australia. De mener at man fort merker om man føler seg velkommen og ivaretatt, og da mener de at man på en måte blir «glad i» landet/stedet og vil reise tilbake dit ved en senere anledning.

Grunnen til at mange velger backpacking fremfor en vanlig chartertur er nok mange. For det første tror vi det er fordi reisen varer mye lenger og man vil få mer ut av turen enn å bare ligge på en strand. Da spesielt hvis man ønsker å oppleve noe nytt over en lengre periode og vil se landene på en ny måte som er mindre turist-aktig. Både vi og respondentene mener det er en fin måte å bli kjent med nye mennesker på, spesielt de lokale og innfødte, men selvsagt også andre backpackere. Respondentene mener at man på backpackerturene får oppleve mer enn på en chartertur på grunn av lengden på reisen, og at dette fører til at man får mer frihet til å ta dagene som de kommer, ikke stresse, bare slappe av og dra videre i sitt eget tempo. Hvis en ikke synes det er så gøy på ett sted kan man være spontan å dra til neste, eller bli lenger om det viser seg å være bra. Her ser vi tydelig at backpacking slekter på drifting.

The Grand Tour er jo også forløperen til backpacking, men til forskjell fra drifting gikk the Grand Tour mer ut på å lære noe – en dannelsesreise. Respondentene våre ønsket også å lære noe da de dro ut i verden. Å øke de språklige ferdighetene stod høyt på listen, forbedre engelskkunnskapene sine, lære spansk og fraser på andre språk de hørte underveis. De ønsket å oppleve nye og andre kulturer, og se hvordan andre mennesker fra hele verden lever, og se hvor like og ulike vi er. Dette tror vi alltid vil være en viktig motivasjonsfaktor, da det og oppleve nye ting går igjen og igjen i undersøkelser som er gjort på dette teamet, i tillegg til at vi nå også får de samme svarene. Og i tillegg lærer man mye om seg selv på en slik reise, som ofte kanskje blir en ekstra ”bonus” som blir lagt merke til når de kommer hjem.

Selv om man ikke går inn for det eller tenker noe særlig over det før gjerne i etterkant, så lærer man en god del om seg selv også på en slik reise. Det har kommet frem at de fleste backpackere er sosiale og har et åpent sinn og er imøtekommende med andre backpackere og innfødte. Respondentene sier de er blitt enda mer utadvendte, blitt sikrere på seg selv når det kommer til engelskkunnskaper og i kommunikasjonen med fremmede. De mener man blir tøffere, selvsikrere, mer tolerant, men finner også fort ut hvor ens grenser går. Dette kan igjen trekkes tilbake til The Grand Tour og dannelsesreisene, hvor de reiste for å vokse, og bli mer voksne og sosialt intelligente, og mer verdensvante. Å begi seg ut på en backpackerreise er en selvrealisering i seg selv forteller de, hvor vi kommer tilbake til Maslows behovspyramide igjen. De mener at en backpackertur er med på å realisere dette siste steget i pyramiden, nemlig selvrealisering, i tillegg til å dekke alle de andre nivåene i pyramiden.

4.2.1. Pris, opplevelse og kultur.

Noen behov var viktigere å få tilfredsstilt enn andre ved valg av reisemåte og reiserute. Ut ifra svarene vi fikk er de topp tre viktigste prioriteringer *pris*, *opplevelse* og *kultur*. På en tur som varer alt fra tre måneder til ett år tilsier det at man ofte må tenke pris overfor komfort. Man ønsker som regel å oppleve mest mulig på kort tid, og da vil det være viktig å få pengene til å strekke til. Ut i fra egne erfaringer, hvis det er noe spesielt man vil se eller oppleve, bestemmes ofte reisemålet/ruten ut ifra dette ønsket. Vi tror at grunnen til at pris er topprioritert kommer an på lengden på reisen. Som nevnt vil man reise så lenge som mulig for så lite som mulig. Hvis man ikke tenker over pengebruken kan det fort bli dyrt.

Vi tror at pris alltid vil være en faktor som alle som reiser tenker over, enten du er turist eller backpacker. Man vil få mest mulig ut av pengene som man har jobbet så hardt for å spare opp. Vi vet at mange unge tar ett friår og jobber i et halvår for å spare opp penger til å kunne reise det neste halvåret. Den følelsen av å ha jobbet hardt for å oppleve noe du har ønsket lenge, bruke dine egne opptjente penger, ikke bare er det en herlig følelse, men føles også kanskje mer fortjent mener vi. Man har endelig nådd målet, og drømmen som man har gledet seg så lenge til. Og i tillegg til dette tror vi at man bruker veldig mye mer penger på turen enn man kanskje merker med en gang. Det er billigere mange steder, men man vil jo som nevnt tidligere oppleve så mye som mulig, og da går det mye penger. Og nettopp derfor tror vi pris blir nevnt, fordi de ofte forsvinner forttere enn man klarer å merke, og det ville vært kjedelig å stå igjen den siste måneden eller mer, og nesten ikke ha noe penger igjen til å gjøre det siste man har ventet på og gledet seg til.

Opplevelse er det nest viktigste våre respondenter legger vekt på. Man ønsker å oppleve noe annet enn en vanlig hverdag, man vil oppleve noe nytt og større forteller de. Selve backpackerturen er jo en opplevelse i seg selv. Alt det en ser på veien, folkene en treffer, og at man tar hver dag som den kommer og føler seg mer fri. Vi kommer tilbake til mer om frihetsfølelsen senere i oppgaven. Alle respondentene har svart at noe av det de husker best er alle menneskene de traff.

Som nevnt tidligere er backpackere ofte veldig åpne og sosiale og har derfor lett for å bli fort kjent med nye mennesker. Mange av de vi intervjuet sier de har fått venner for livet. Dette tror vi også kan være med på å forandre reiserutene til de som reiser på backpacking. Møter de noen de blir gode venner med, kan det fort hende at de endrer ruten sin og reiser sammen med dem et stykke i stedet, før de igjen drar videre på egenhånd. Og dette er med på å gi den frihetsfølelsen, og følelsen av å bare kunne gjøre det man vil når man vil. Vi tror også dette er noe backpackere verdsetter og som de synes er en fin del av turen.

Innenfor topp tre finner vi også kultur. Dette er prioritert fordi til felles for alle respondentene er dette veldig spennende og noe de legger vekt på. Det er interessant å se og oppleve på nært hold hvordan andre kulturer lever og opptrer mot hverandre. De forteller at man får en mer ekte og autentisk opplevelse når man kommer tett på lokalbefolkningen. Ved å være lenge borte hjemmefra tror vi at man setter mer pris på hvordan en har det hjemme, noe også en av respondentene nevner som var i blant annet Australia. «Jeg begynte å savne den norske maten og selvfølgelig vennene mine, og etter hvert savner en også variasjonen mellom årstidene.»

Flere nevnte også at de merket stor forskjell på vennlighet blant ansatte i for eksempel butikker fra landene de besøkte og Norge. «Når jeg kom tilbake til Norge ble jeg svært oppmerksom på hvor sure og uhøflige mange ansatte i butikkene var i forhold til i Australia, de hverken ser på deg eller sier så vidt hei engang». Dette stemmer ganske godt overens ifølge boken *Culture Shock – Norway* (Su-Dale, 1994) om utlendingers syn på oss nordmenn. Her nevner hun hvordan nordmenn sitter alene på bussetene og ser ned eller ut av vinduet, alt for å unngå øyekontakt. Dette tror vi de fleste nordmenn kan kjenne seg igjen i. Når vi er ute å reiser og kommer i kontakt med andre kulturer burde vi kanskje tatt med oss noe av åpenheten og vennligheten hjem til Norge?

4.2.2. Frihet

Det fins mange ulike definisjoner på hva frihet er. I Norge er frihet blant annet å ha ytringsfrihet, mens i mange u-land kan det og ønske seg frihet være å ha muligheten til å gå på skole. Vi har valgt å bruke definisjonen: å være fri er å være uavhengig, motsatt av fangenskap, og ha rett og muligheten til å gjøre noe – handlings- og ytringsfrihet (The Free Dictionary). Vi har ingen konkret teori, men ifølge hva vi har erfart selv og ser blant venner og kjente, ulike blogger, bøker og internett, ser vi at backpacking er en økende trend som har blitt mer og mer vanlig de siste årene. Norske ungdommer og unge voksne reiser mer og mer enn før og søker nye opplevelser.

Som nevnt går det igjen i svarene vi har fått at de fleste reiser på backpacking når de har friår mellom studiene eller jobb. Det å ha ett friår hvor en reiser hvor en vil og kan ta dag for dag som de kommer mener vi er en utrolig avslappende og en fantastisk frihetsfølelse. En flykter fra den norske hektiske hverdagen preget av jobb, skole og stress. Det norske samfunnet er svært pliktpreget, og det er alltid noe en må gjøre og tidsfrister å rekke, når skal en få slappe av? Med frihetsfølelsen kommer også følelsen av uavhengighet og selvsagt selvstendighet. Man vokser på å ta steget ut i verden og å klare seg på egenhånd i denne backpackerperioden.

Når respondentene reflekterer og ser tilbake på tiden som backpackere er nettopp frihetsfølelsen den de savner mest. De sier at man kan gjøre alt i sitt eget tempo, og man har ingen dårlig samvittighet for det man utsetter til neste dag. Når man er backpacker og har verden for sine føtter er det tid for å leve forteller de. I tillegg tror vi at siden de er såpass unge, har de jo levd på skolen hver dag, med lekser, plikter og regler, i tillegg til prøver og tester, stress og mas. Dette er nok første gang de har muligheten til å gjøre som de vil, og derfor tror vi også dette er en så sterk og viktig motivasjonsfaktor. De har et virkelig sterkt ønske om å gjøre noe som er helt motsatt av det de har gjort og levd siden de begynte på skolen. Og man er endelig gammel nok til å kunne dra ut og gjøre det man vil. Hvem ville vel ikke ønsket å kunne gjøre dette før man satt seg ned på skolebenken igjen, eller fant seg en fulltidsjobb med akkurat de samme pliktene og ansvaret man hadde? Vi tror mange ønsker dette, og det konkluderer også respondentene våre med.

Vi i bachelorgruppen har selv vært på backpacking før studiene. Vi kan si oss enig i at det er helt fantastisk og en opplevelse man ikke vil være foruten. Man lærer mye og vokser på det som person. Det er mye positivt som kommer ut av en backpackingreise, og det syns også flere arbeidsgivere etter vår erfaring. De liker at man er bereist og har opplevd litt, og ikke bare slitt på skolebenken. I alle fall innenfor vår utdanning og den næringen vi vil bli en del av. Men også generelt tror vi, og vi har kommet frem til ut i fra våre funn, at man faktisk vokser mye som person, og blir mer selvsikker og trygg på seg selv og i kontakt med andre. Dette vil alltid være en fordel i våre øyne.

4.3. Identitet

Innenfor denne kategorien ga vi først respondentene mulighet til å plassere seg i de følgende fem backpacker-kategoriene; Den profesjonelle backpacker, friårbackpackeren, livskrisebackpackeren, party backpackeren og den korttidsreisende backpackeren. Disse baserer seg på den enkeltes tilnærming til selve reisen, og hvorfor de føler et behov for å reise.

Alle våre respondenter utenom en ville plassert seg selv i friårbackpacker kategorien. Dette stemmer godt med Cohen (2004) og O'Reilly (2006) sin teori om at den første turen ofte er den første gangen personen har vært borte fra hjemmet over en lengre periode, og at turen kan markere en overgang mellom ungdom, universitet og karriere, altså forskjellige livsstadier. Dette kan man se i forhold til backpacking "as a rite of passage" som vi har skrevet om i teorikapittelet. For blant annet Israelske ungdommer, er det veldig vanlig med et friår hvor de drar ut og reiser, nettopp for å forflytte seg fra ungdomsstadiet til voksenstadiet. Det er på en slik reise man lærer å bli uavhengig og klare seg selv. I tillegg ser vi en stor forandring med tiden på akkurat dette punktet, ved at man har muligheten til å beholde kontakten med venner og familie underveis, ved hjelp av både internettkafeer, mobiltelefon og blogger. Da kan man lett for eksempel spørre familie om råd når det kommer til ting man lurer på, i stedet for å måtte finne ut av ting selv. Og dette tror vi vil utvikle seg enda mer i fremtiden, og det ser vi med tanke på flashpacker trenden som har dukket opp.

Den gjenværende av respondentene våre ville plassert seg i kategoriene profesjonell backpacker og eventuelt livskrisebackpacker. Denne respondenten var den eneste som lignet mye på drifteren. Han så på reising og backpacking som en livsstil. Og den eneste grunnen til at han var hjemme i Norge var for å jobbe og spare opp penger til å dra ut og reise igjen. Og han så ikke for seg at dette ville forandre seg med det første. Det var fortsatt mange land han ønsket og reise til, og mange steder han ville utforske. Dette forteller oss også at ut i fra våre ti respondenter, var det bare en som var i nærheten av drifteren, som blir sett på som den ekte backpacker, i tillegg til at denne typen backpacker ikke er veldig utbredt lenger, og at det ikke finnes så mange som reier på den måten mer.

Funnene våre viser at det er relativt enkelt å plassere seg innenfor O'Reilly (2006) sine kategorier om de ulike backpackertypene som vi skriver om i kapittel to, og at hovedvekten av våre respondenter tilhører den gruppen som har tatt seg et friår for å reise. Grunnen til dette kan være at våre respondenter er i aldersgruppen 20-30 år og derfor er i en type livssituasjon der man går gjennom ulike livsstadier og har muligheten til å ta slike friår. Hadde våre respondenter hatt et bredere aldersspenn hadde det vært en større sannsynlighet for at de hadde plassert seg i andre kategorier enn friårbackpackeren som var mest populær blant våre respondenter.

I tillegg til dette føler vi kanskje at noen av kategoriene ikke stemmer helt med hva backpackere er ute etter, som for eksempel party backpackeren, som bare reiser for å feste. Dette for oss, minner mer om en to ukers fylletur til syden, og ikke noe noen nødvendigvis gjør i flere måneder av gangen. Det kan kanskje være en del av grunnen til at folk reiser på backpacking, at de vil feste og treffe mennesker og ha det moro, men vi tror ikke at det er så mange backpackere som reiser bare på grunn av dette. Videre tror vi også at den korttidsreisende backpackeren kanskje er av en eldre aldersgruppe, og siden vi intervjuet unge mennesker passet de ikke så godt inn i den kategorien. Det kan være at de vil utvikle seg til å havne i denne kategorien senere når de har blitt eldre og kommet ut i arbeidslivet og ikke har tid til å dra på like lange turer. Men vi tror også at for noen som planlegger en førstegangs backpackingtur, så vil de gjøre det fullt ut og så lenge som mulig.

Videre gav vi respondentene muligheten til å plassere seg i Loker-Murphy (1996) sine fire kategorier; Escapers/relaxers, social excitement seekers, self-developers og achievers. Disse kategoriene tar for seg hva som motiverer backpackere til å reise og hva de søker. Her svarte respondentene veldig ulikt. De fleste av respondentene var usikre på hvor de ville plassere seg, men tre av respondentene svarte at de kunne passet best inn under kategorien social/excitement seeker. Videre ville tre andre av respondentene plassert seg i kategorien achiever. Resten klarte ikke helt å bestemme seg, og følte de kunne passe inn i flere av kategoriene.

Dette tror vi er fordi disse kategoriene går grundigere inn på hva som er motivasjonen for å reise, og når reisen går over flere måneder er det naturlig at den inneholder et stort spekter av ulike aktiviteter. En av respondentene som ikke helt klarte å plassere seg, sa at man kan høre hjemme i alle kategoriene, men at det kommer helt an på både humøret, dagene og hva man ville gjøre. I tillegg kom det an på destinasjonene i seg selv, da noen destinasjoner er skapt for spenning og opplevelser, mens andre destinasjoner kanskje går mer ut på å lære og å utvikle seg selv, dette er den samme respondenten som svarte at han ville plassert seg under den profesjonelle backpackeren på kategoriene til O'Reilly (2006).

Vi føler at disse kategoriene glir litt inn i hverandre. Flere av kategoriene går ut på noe av det samme, slik at det vil være vanskelig og bare plassere seg ett sted, og man kunne sikkert opprettet flere slike kategorier med andre kombinasjoner. Ut i fra funnene våre når det kommer til kategorier av backpackere og identitet, synes vi det sier seg selv at man ikke kan plassere alle backpackere i en og samme kategori. Vi er selvfølgelig klar over at vi ikke kan konkludere med at dette gjelder for alle, da vi bare har intervjuet ti personer, men ut i fra tidligere teori og våre funn, føler vi oss ganske sikre i dette utsagnet.

Det er noen likheter som går igjen blant backpackere generelt, som for eksempel ønsket om å oppleve nye og spennende steder og kulturer, det at pris er viktig og at man ønsker å komme seg bort fra den kjedelige hverdagen hjemme. Men vi føler heller ikke at dette definerer akkurat hva backpackere er.

Backpackere er i følge våre funn og litteraturgjennomgang ikke en homogen gruppe, og det kan være at det kommer til å dukke opp flere forskjeller blant dem med tiden, det er vanskelig og vite. Kanskje vil de bli mer og mer like også? Dette med tanke på at det dukker opp flere backpacker-ruter rundt om i verden, og mange følger de samme rutene. Men vi tror at det alltid vil finnes noen som reiser for å gjøre noe helt annet enn alle andre, som igjen betyr at alle backpackere ikke er like. Så lenge man har verden for sine føtter vil man alltid ha mulighet til å reise til litt «off the beaten track» steder hvis man ikke ønsker å reise på akkurat de samme stedene og oppleve akkurat det samme som alle andre. Det vil i så fall være veldig lenge til det ikke lenger finnes noen steder hvor man kan unnslippe det ”vanlige” og kjente. Og siden vi alle er forskjellige, har forskjellige kulturer og levemåter, vil man ha muligheten til å kunne oppleve noe nytt hvis man virkelig ønsker det.

4.4. Backpacking

Boorstin (1964) mener at skillet mellom det en reisende søker og det en turist søker er at den reisende er ute etter jobb, utdanning eller å finne seg selv, mens turisten er en som er ute etter å ha det gøy. Dette skillet har forandret seg over årenes løp og det var ingen av våre respondenter som nevnte jobb eller utdanning når vi spurte dem om hva backpackere søker i forhold til turister. Vi tror dette har en sammenheng med at de fleste av våre intervjuobjekter går under kategorien friårbackpacker, og at formålet med reisen da blir å rømme fra hverdagen, ikke å binde seg til jobb eller utdanning.

O'Reilly (2006) nevner at backpacking er en måte å unnslippe hverdagstress, føle frihet, uavhengighet, oppleve eventyr og nye spennende opplevelser. Dette passer godt med svarene vi fikk fra våre respondenter da vi spurte om hva backpackere søker i forhold til turister. Flesteparten av svarene vi fikk av våre respondenter inneholdt at backpackere søker opplevelser og frihet. Frihet er som nevnt tidligere hovedgrunnen til at våre respondenter valgte å dra på backpackertur.

Flere nevner at man som backpacker får flere opplevelser da turen ikke er planlagt ned til minste detalj slik som charterturer ofte er, og at det derfor kan skje uforutsette ting som gjør turen mer spennende. Reiser man som backpacker har man også mulighet til å endre reiserute og varighet underveis, mens turister har en satt periode og destinasjon de reiser til. Flere av respondentene svarer også at man kommer nærmere lokalbefolkning som backpacker enn hva man gjør om man reiser som charterturist.

Dette skiller seg ut i forhold til Cohens (2003) teori om blant annet backpackere og enklaver. Han hevder at backpackere ofte ender opp i enklaver selv om dette ikke er en del av planen deres i utgangspunktet. Og at når backpackere oppholder seg i disse enklavene ender de opp med å ha mer kontakt med hverandre enn hva de har med lokalbefolkningen. I følge svarene fra våre respondenter, nevnes det av omkring halvparten at de har hatt mye kontakt med lokalbefolkningen under reisen. Men vi har ingen informasjon om de var mer i kontakt med lokalbefolkningen enn hva de var med andre reisende.

Når det kommer til kontakt med lokalbefolkningen tror vi at det er veldig individuelt fra person til person hvor mye kontakt de har med dem. Dette kan nok variere ut i fra steder de reiser til også, for hvis en besøker de mest etablerte ”backpacker” stedene i verden, vil det ofte være mer lagt opp til at man har kontakt med andre backpackere. Men besøker man mindre og mer ukjente steder, vil man nok ende opp med å ha mer kontakt med de lokale. Vi tror at individene selvfølgelig bestemmer litt selv hvor mye kontakt med de lokale de ønsker å ha og eventuelt oppsøker. For noen vil ikke kontakt med de lokale være det største fokuset, og det ser vi også ut i fra de forskjellige kategoriene av backpackere som er nevnt tidligere. Man søker forskjellige ting, og har forskjellige motiver for å reise. Kanskje dette vil forandre seg jo mer kommersialisert backpacking eventuelt vil bli, men vi tror fortsatt at backpackere vil finne frem til nye og ukjente steder i fremtiden også. Men ønsker de i utgangspunktet å reise for å bli kjent med nye kulturer og de lokale, ja da kommer de antageligvis til å ha så mye kontakt med de lokale som de kan. Og reiser noen med et hovedfokus og ønske om å oppleve severdigheter og spennende steder, så vil nok dette faktisk være hovedfokuset, og kanskje de ender opp med mest kontakt med andre backpackere. Det vil være vanskelig og vite, og varierer fra person til person.

Videre svarte respondentene våre på hva som gjør backpacking så attraktivt for mange, og svarene som går igjen er frihet og variasjon. At man har muligheten til å tilpasse turen etter sine egne ønsker for så å ombestemme seg underveis. Det blir også nevnt av flere at det kan være attraktivt fordi det er en mulighet til å rømme fra hverdagen. Dette stemmer godt overens med Pearce (1993) sin teori der han tar frem at reisen blir sett på som en slags flukt fra det travle hverdagslivet. Ønsket er å komme seg vekk fra kjedsomhet, arbeid, karrierebestemmelser, forhold og ansvar. Svarene vi får her beviser igjen at frihet er det som står sterkest når det kommer til hvorfor backpacking er en attraktiv reiseform.

Backpackere blir beskrevet som individer med et lite budsjett som reiser på uavhengige reiser, de er fleksible og reiser med lett bagasje (Smith, Macleod, Robertson 2010). Vi spurte våre respondenter hvordan de vil beskrive backpackere, og svarene som gikk igjen var at de er sosiale, utadvendte og har et avslappet forhold til livet. Mange er også enig med Smith, Madleod og Robertson (2010) om at backpackere reiser over lengre perioder med sekk, lett bagasje og på et lavt budsjett. Svarene vi fikk her var som forventet da alle respondentene våre har vært ute på reise selv, og vet hva det vil si å være en backpacker og hvordan en backpacker reiser.

Deretter spurte vi respondentene hvorfor de tror mange velger backpacking som reisemetode. Svarene vi fikk var veldig varierende, men det som tronet øverst var igjen frihet. Opplevelser og det at det er gøy og billig var også svar som gikk igjen. En nevnte også at nå kjenner de fleste noen som har vært på backpackingtur, og at det kan gi et ønske om å gjøre det samme. Word of mouth er en viktig faktor som vi også tror kommer til å påvirke i retningen av at flere ønsker å reise på backpacking. Man kjenner folk som har vært på backpacking, og de snakker om sine opplevelser og om hvor fantastisk det har vært. Og de snakker om alle de fine stedene de var på, og har fine bilder og minner for livet som lett kan smitte over på andre. På denne måten tror vi at andre mennesker i seg selv vil kunne være en motivasjonsfaktor for å reise på backpacking, i alle fall en del av motivasjonen, og kanskje mer en avgjørende faktor, en person som hjelper deg å bestemme deg for at dette vil jeg faktisk gjøre.

I tillegg til dette tror vi at folk blir mer og mer bevisst på reising fra ung alder. Det kommer hele tiden nye destinasjoner utenfor Europa, og vi ser at det blir mer og mer populært og reise lenger, i tillegg til at flyselskaper konkurrerer og setter ned priser og oppretter direkteruter. Vi tror også at det etter hvert vil dukke opp flere reisebyråer som fokuserer på jorden rundt reiser og frivillige reiser, som igjen er med på å gjøre fenomenet backpacking mer kjent og tilgjengelig. I tillegg blir internett mer brukt, og man kan finne all mulig informasjon der, i tillegg til å bestille flybilletter og reiser selv. Vi tror i alle fall ikke backpacking vil forsvinne i den nærmeste fremtid.

I neste spørsmål spurte vi hva respondentene tenkte om fremtidig backpacking. Her var alle enig i at det kommer til å utvikle seg og bli mer og mer populært. Noen svarer også at det muligens kommer til å bli mer likt masseturisme fordi backpackere bestiller turer gjennom reisebyråer som setter opp de samme rutene til mange reisende. Andre mener at denne måten å reise på kun er en form for backpacking og at det finnes flere andre. Det svares også at backpacking kommer til å bli mer kommersialisert med årene, men at nye ting vil dukke opp som for eksempel frivillighetsreiser der man gjør nytte for seg sammen med barn, dyr og samfunn. Andre svarer at det kommer til å spre seg mer over de områdene av Afrika, Asia og Sør-Amerika som ikke er så mainstream. Det er altså vanskelig å si hvordan backpacking vil utvikle seg i fremtiden.

Vi er enig i alle svarene vi har fått her, dessverre finnes det lite nyere forskning på backpacking og hvordan den har utviklet seg, eller vil utvikle seg, så det er vanskelig å si noe sikkert om hvilken vei det kommer til å svinge. Det som vi tror er sikkert, er at det antageligvis kommer til å bli mer kommersialisert da mange norske backpackere bestiller sine reiser gjennom reisebyråer som spesialiserer seg på backpackerturer. Hvordan det utvikler seg videre derfra er det vanskelig å si noe om ennå, men at det vil utvikle seg på en eller annen måte, det tror vi. Og vil det forsvinne? Absolutt ikke!

4.5. Refleksjon

Hensikten med refleksjonsspørsmål var for å få respondentene til å tenke tilbake på sin egen tur, slik at vi kunne høre og finne ut mer hva de satt pris på, om de fikk innfridd forventningene sine, og om det var verdt alt strev og jobbing. Mye på grunn av egen nysgjerrighet, da dette er et veldig spennende tema for oss. Men også for å få en slags oppsummering av reisene deres.

Når respondentene tenker tilbake på reisen og opplevelsene de har hatt, er det med et smil om munnen. Det de husker aller best er alle menneskene de traff og ble kjent med på turen, stedene, naturen og spesielle hendelser. Om reisen var verdt alle pengene og planleggingen er det enstemmig; «ja, absolutt!» De har hatt det helt fantastisk og fått minner for livet.

På spørsmålet om de kunne tenke seg å legge ut på en backpackertur igjen er de også enige, de ville reist igjen og igjen! «På en slik reise er alt så lett, fritt, billig, bekymringsløst og meningsfylt.» «Det er en utrolig opplevelse og ingen dårlig samvittighet for alt som burde vært gjort», er noen av sitatene fra intervjuene. «Det eneste «negative» er at det er slitsomt å bo i en ryggsekk!» Inn og ut av hosteller, av og på buss, tog eller fly, det blir mye fram og tilbake hit og dit, pakke opp, pakke ned. Dette er en liten bagatell som en fort glemmer etter hvert når man har det så gøy.

Økonomi, mot, frykt for det fremmede, tid og fleksibilitet er det som hindrer andre som har lyst å reise på backpacking, men ikke gjør det, ifølge respondentene. Argumentene deres for å reise er klare; de sier «ta utfordringen, ikke bare tenk på det, gjennomfør det!» Man bør ha litt reiseerfaring fra før, ikke planlegge for mye og bare hopp i det, dere kommer ikke til å angre! Her må vi selv også si oss enig. Det er virkelig en fantastisk opplevelse som vi unner alle, og synes alle burde gjøre. Man får virkelig veldig mye ut av alle pengene man bruker, og det er absolutt verdt det. Og man skal ikke se bort i fra at vi også drar av sted på enda en backpackingtur i fremtiden.

Ut i fra alle disse positive svarene vi har fått kan det jo også tenkes at de har sagt akkurat det samme til familie og venner, og spredd mye positivt om backpacking til andre, i tillegg til og kanskje oppfordre sine egne venner til å gjøre det samme. Dette støtter jo opp om at det kan bli mer av backpacking i fremtiden. Jo flere som reiser, jo mer positive fortellinger og historier blir delt med andre, som kanskje skaper en reiselyst i seg selv.

Om alle de som allerede har vært på backpacking før, kommer til å reise igjen og igjen som de hentyder at de gjerne vil, vil det også muligens føre til flere endringer i reisemønsteret til backpackere ettersom de blir eldre og kanskje har andre ønsker og behov og motiver for å reise, som også vil føre til endringer i hvordan man kategoriserer dem. Slik vi ser på backpacking er som et tema og et fenomen som aldri kan bli nok forsket på, og som man aldri vil bli utlært innen. Man vil nok alltid finne nye og spennende ting og forske på når det kommer til dette temaet, som forhåpentligvis vil føre til enda flere og spennende funn man kan bryne seg over.

4.6. Intervju med Even fra Kilroy

Vi har vært så heldige å få intervjuet Even Hulleberg, som jobber som Marketing Manager i Kilroy, Oslo. Vi ønsket å få litt innsikt i hva ”eksperter” på fenomenet backpacking mener, og vi ønsket å ha muligheten til å sammenligne våre funn fra respondentene våre med det en ekspert på temaet tror og mener. Mye av det han forteller oss stemmer med funnene vi har fått fra de andre intervjuene vi har gjort og med teorien vi har gått igjennom innledningsvis.

Kilroy er som sagt spesialister på backpacking, og jobber mye med jorden rundt reiser. De er rett og slett spesialister i skreddersydde produkter til ungdom og studenter, men tilbyr også spennende produkter for alle som elsker å reise. Kilroy er et av Norges mest kjente reisebyråer for backpackingturer, og hele 5 av 10 av våre respondenter brukte dem da de reiste.

På spørsmålet om hvor han tror backpackerne finner tips og inspirasjon til reisen, er svarene samkjørte. Internett, bøker, blogger og venner og bekjente er de hyppigste måtene som er brukt. For å sette ut på en backpackertur trenger man nødvendigvis ikke reiseerfaring, mener Even, men alle våre respondenter har mye erfaring fra før. Det er ikke et «must», men er greit å ha vært utenfor landets grenser og ikke være altfor naiv og ære obs på blant annet kriminalitet. Vanlig lengde på en backpackertur har, ifølge Even, en varighet på alt fra 2 måneder til ett år. Våre respondenter ligger innenfor denne skalaen med reiser fra 3 til 11 måneder.

Videre forteller han at de mest populære reisemålene er Sørøst Asia, Australia, Sør- og Mellom-Amerika, igjen stemmer dette med våre funn. Eventyrlyst, søken etter nye opplevelser, nye kulturer, severdigheter, lengsel om et varmere klima og venner er hva han tror motiverer unge til å reise. De fleste reiser etter videregående som et friår eller mellom studier, før de blir etablert. Det er som oftest da man har muligheten.

På spørsmålet om hvorfor han tror de velger backpacking fremfor en vanlig charterferie, sier han at backpackere søker noe mer, noe nytt. De ønsker større opplevelser. Ifølge teorien og Even, er det en fornærmelse og en backpackers største frykt å bli kalt turist. Boorstin (1964) mener at skillet mellom turist og reisende splittes der hvor den reisende er ute etter jobb/utdanning/finne seg selv, mens turisten er en som er ute etter å ha det gøy.

Det er litt uenighet i akkurat det utspillet. En av våre respondenter sier at da hun var på backpackingtur så hun på seg selv som en backpacker og ikke en turist, fordi hun reiste med ryggsekk og det var spennende og kalle seg selv en backpacker, og det ble jo kalt backpacking. Men i dag sier hun at det ikke er noen fornærmelse å bli kalt en turist, «det er jo en form for turisme det og».

Mange ser på turistopplevelsen som en klisjé og mangel på spontanitet i kontrast til den reisende som blir sett på som en risiko, spennende og gjennomsyret av frihet (Welk 2004). Dette stemmer nok mer på synet til våre respondenter for det er nettopp derfor de valgte å reise på backpacking – for å være spontan, ha friheten til å gjøre hva de vil, hvor de vil, og når de vil.

Som nevnt tidligere i oppgaven var pris førsteprioritering når respondentene skulle ut å reise. Dette stemmer overens med Davidsons (2005) funn når det gjelder skillet mellom turist og backpacker; langtidsreisende blir sett på som rik på tid, men anstrengt når det kom til penger. Dann (1981) er av den samme oppfatningen – turister har generelt mindre disponibel tid.

Hvorfor denne reisemåten er så attraktiv er nok fordi det er billig, spennende, lærerikt, man får mange nye venner, livet er en fest, opplevelse utenom det vanlige og man vokser som menneske, sier Even. Alle respondentene er enige i dette. Ifølge Even vil backpacking bestå akkurat som det er i dag. Mange vil også reise som flashpackere – reise med litt mer stil, har med seg mye teknologisk utstyr som pc, Ipad og lignende. Det er en trend som vil fortsette.

5.0. Konklusjon

Vi har i løpet av arbeidet med denne oppgaven fått mye ny kunnskap når det kommer til temaene backpacking og motivasjonsfaktorer. Og vi føler vi har fått mange fine, interessante funn og svar på det som har vært vår problemstilling. I forrige kapittel la vi fram funnene våre og drøftet disse, og i dette kapittelet vil vi komme med en konklusjon på funnene i forhold til problemstillingen vår, som er: ”*Hvilke motivasjonsfaktorer ligger til grunn ved valg av backpackingreiser, og er backpackere en homogen gruppe?*”

Vi har i denne undersøkelsen funnet både likheter og forskjeller med tidligere studier på teamet. Når det kommer til hvilke motivasjonsfaktorer som ligger til grunn ved valg av backpacking, har vi funnet ut at våre respondenter legger mest vekt på *frihet* som motivasjon. Dette gikk igjen hos alle respondentene, og var hovedmotivet for å reise på backpacking. Videre forteller våre funn oss at *pris*, *opplevelse* og *kultur* også er viktige motivasjonsfaktorer og noe våre respondenter legger vekt på ved backpackingturer. Disse funnene samsvarer veldig bra med teorien vi har gjennomgått, da dette var motivasjonsfaktorer som gikk igjen i flere undersøkelser. Vi antar også at disse motivasjonsfaktorene kommer til å være viktige i fremtiden, og tror ikke det blir så store forandringer. Det er mulig det kan dukke opp flere nye motiver, men de fleste vektlegger *frihet*, *pris*, *opplevelser* og *kultur veldig høyt*.

Når det kommer til om backpackere er en homogen gruppe, har vi gjennom undersøkelsen vår kommet frem til at det er svært vanskelig å plassere seg i én kategori. Vi ga respondentene våre først fem kategorier de kunne plassere seg i, og deretter fire andre kategorier. På de første kategoriene plasserte ni av ti seg under *friårbackpackeren*, mens den siste plasserte seg i kategorien *profesjonell backpacker*. De følte imidlertid ikke at disse kategoriene stemte eksakt med hvordan de så på seg selv som backpacker. På de fire andre kategoriene, syntes de fleste respondentene det var vanskelig å plassere seg, og følte de kunne passe under flere kategorier. Dette gir oss et svar om at backpackere ikke er en homogen gruppe. Alle har forskjellige motiver for å reise, og folk er generelt forskjellige. Dette var våre antagelser fra før av, og vi tror det kan komme til å dukke opp enda flere kategorier av backpackere, og mer differensiering, noe reiselivsindustrien kan dra nytte av å undersøke nærmere i fremtiden.

Disse funnene forteller oss også at backpacking as 'a rite of passage' stemmer overens med hvordan virkeligheten er i forhold til våre backpackere. De plasserte seg selv som friårsbackpackere og fortalte at de reiste etter videregående før de slo seg ned med jobb og 'voksenlivet'. Gjennom reisen ble de mer voksne og trygge på seg selv, og følte de lærte mye som mennesker. Nettopp dette er hva 'rite of passage' går ut på, det er en overgang fra ungdom til voksenlivet. Så våre funn stemmer godt overens med teorien vi har skrevet og gått igjennom på dette punktet også.

I tillegg til disse funnene gjorde vi et spennende funn med tanke på drifteren som vi skriver om i teorikapittelet. Dette er en type backpacker som er blitt mer og mer sjelden, og dette er den ekte backpacker i følge teorien vi har gått igjennom. For drifteren er backpacking en livsstil, og de ønsker å reise til ukjente steder å bo og bli en del av lokalbefolkningen. De planlegger ingenting, og reiser dit de ønsker når de ønsker. Ut av våre ti respondenter var det faktisk en som lignet på drifteren, da han så på backpacking som en livsstil, og reiste bare hjem til Norge for å jobbe og spare penger til en ny reise. I tillegg planla han sjeldent mye, og reiste dit han følte for å reise. Dette synes vi var et veldig spennende funn, da vi ikke forventet å ha en respondent som var så lik drifteren, da dette er en såpass sjelden type backpacker.

Kort oppsummert, våre hovedfunn var:

1. Motivasjonsfaktorer som blir vektlagt:
 - a. Frihet
 - b. Pris
 - c. Opplevelse
 - d. Kultur
2. Backpackere er ikke en homogen gruppe
3. Backpacking as 'a rite of passage' er et aktuelt tema
4. En av respondentene våre lignet mye på drifteren

6.0. Videre forskning

Da vi begynte på reiselivsstudiet på Markedshøyskolen var det først og fremst på grunn av vår interesse for å reise. I løpet av disse tre årene har vi hatt mange spennende og lærerike fag som har vært med på å øke vår interesse for reiselivsnæringen. Dette kombinert med vår tidligere reiseerfaring, har gitt oss en stor interesse for backpackingbransjen. I denne oppgaven valgte vi å bruke en kvalitativ spørreundersøkelse for å få svar på våre spørsmål. I den videre forskningen kunne det vært interessant og bygd videre på disse funnene og gjennomført en kvantitativ undersøkelse for å finne forskjeller og likheter i forhold til funnene vi har kommet frem til nå.

Det kunne også vært en mulighet og fulgt respondentene over en lengre tidsperiode for å se om funnene våre ville forandret seg underveis. Videre kunne intervjuobjektene våre bestått av både nasjonale og internasjonale backpackere, i tillegg til et mye større antall. Med ulik kulturell bakgrunn og levesett kunne dette ført til et større spekter i funnene som blir gjort. Per i dag finnes det ingen konkrete teorier på hvordan backpackere vil utvikle seg og hvordan fremtidens backpacking blir. Derfor trengs det mer forskning på backpacking, og noen temaer som burde bli tatt opp er om backpackere vil forandre seg over tid og hvilke kategorier nåtidens backpackere ville plassert seg i. Muligheten for å utvikle nye kategorier for fremtidens backpackere er også viktig, da de kan ha problemer med å plassere seg i de nåværende kategoriene.

Det ville også vært interessant og forsket på den siste backpackertrenden som er flashpackere. Dette er en ny type backpacker som reiser på samme måte som tidligere, men de har gjerne litt mer penger og har med seg ulike «gadgets» som bærbare datamaskiner, telefoner og er generelt mer teknologiske enn tidligere backpackere.

I vår oppgave har vi funnet ut at frihet er det som går igjen i alle svarene til respondentene. Det er frihet de lengter etter før de legger ut på reise, og det er frihet de savner når de kommer hjem. Hvis vi skulle foretatt en ny undersøkelse ville vi nå hatt et mye større fokus på frihet siden dette er utrolig viktig for backpackere, og vi ville fått dem til å utdype dette mer.

7.0. Littraturliste

Adler, Judith 1985. *Youth on the Road - Reflections on the History of Tramping*. Annals of Tourism Research. Vol. 12, pp. 335-354.

Baloglu, Seyhmus og Muzaffer Uysal. 1996. *Market Segments of Push and Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach*. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 8/3, pp. 32-38.

Boorstin, D. J. 1964, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Harper & Row, New York.

Cohen, Erik. 1973. *Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism*. International Journal of Comparative Sociology. Vol. 14, pp. 89-103.

———. 2003. *Backpacking: Diversity and Change*. Journal of Tourism & Cultural Change. Vol. 1. No 2, pp 95-110.

———. 2004. "Backpacking: Diversity and change." In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Clevedon, UK: Channel View Publications. pp. 43–59.

Cohen, Dr. Scott. 2010. *Re-Conceptualising Lifestyle Travellers: Contemporary 'drifters'*. Channel View Publications, Clevedon. pp. 64-84.

Dann, G. M. S. 1981. *Tourism motivation: An appraisal*. Annals of Tourism Research, 8(2), pp. 187-219.

- Davidson, K. 2005. "Alternative India: Transgressive Spaces." In A. Jaworski & A. Pritchard *Discourse, Communication and Tourism*. Channel View Publications, Clevedon.
- Fussell, P. 1980, *Abroad: British Literary Traveling Between the Wars*. Oxford University Press, New York
- Hannam, Kevin og Anya Diekmann. 2010. *Beyond Backpacker Tourism, Mobilities and Experiences*. Channel View Publications. Bristol.
- Jacobsen Steen. J. K. og K. Eide. 2005. *Turisme, Turister og Samfunn*. Oslo, Gyldendal Norsk Forlag AS
- Jamieson, K. 1996. *Been there, done that: Identity and the overseas experience of Young Pakeha New Zealanders*. Masters thesis. Massey University.
- Johannessen, Asbjørn, Line Kristoffersen og Per Arne Tufte. 2004. *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Abstrakt forlag, Oslo. 2. Utg.
- Kandampully, Jay A. 2007. *Services management: the new paradigm in hospitality*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Kaufmann, Geir og Astrid Kaufmann. 2009. *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Fagbokforlaget, Bergen. 4. Utg.
- Loker-Murphy, Laurie. 1996. *Backpackers in Australia: A motivation based segment study*. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 54(4), pp. 23–45.
- Loker-Murphy, Laurie og Philip L. Pearce. 1995. *Young Budget Travelers: Backpackers in Australia*. *Annals of Tourism Research*. USA. Vol. 22. No. 4, pp 819-843.

- Mevorach, O. 1997. *The long trip after the military service: Characteristics of the travelers, the effects of the trip and its meaning*. Doktorgradavhandling. The Hebrew University of Jerusalem.
- Moscardo, Gianna. 2006. *Backpackers and Other Younger Travellers to the Great Barrier Reef: An Exploration of Changes in Characteristics and Behaviours Over Time*. Tourism Recreation Research. Vol. 31 (3), pp. 29-37.
- Murphy, L. 2001. *Exploring social interactions of backpackers*. Annals of Tourism Research, Vol. 28, pp. 50–67.
- Newlands, K. 2004. "Setting out on the road less traveled: A study of backpacker travel in New Zealand." In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Clevedon, England: Channel View Publications. pp. 217–236.
- Niggel, C., & Benson, A. 2008. "Exploring the motivations of backpackers: The case of South Africa." In K. Hannan & I. Ateljevic (Eds.), *Backpacker tourism: Concepts and profiles*. Clevedon, England: Channel View Publications. pp. 144–156.
- O'Reilly, Camille C. 2005, "Tourist or Traveller? Narrating Backpacker Identity" In A. Jaworski & A. Pritchard, *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, Clevedon. pp. 150-169.
- . 2006. *From drifter to gap-year tourist: Mainstreaming Backpacker Travel*. Annals of Tourism Research. Vol. 33. No 4, pp. 998-1017.
- Paris, Cody Morris. 2012. *Flashpackers: an Emerging sub-culture?* Annals of Tourism Research. Vol. 39. No. 2, pp. 1094-1115.

- Paris, Cody Morris og Victor Teye. 2010. *Backpacker Motivations: A Travel Career Approach*. Journal of Hospitality Marketing & Management. Vol. 19, pp 244-259.
- Pearce, Philip. L. 1993. "Fundamentals of tourist motivation." In D. Pearce & R. Butler (Eds.), *Tourism research: Critiques and challenges*. London, UK: Routledge and Kegan Paul. pp. 85–105.
- Richards, Greg og Julie Wilson. 2008. *Suspending Reality: An Exploration of Enclaves and the Backpacker Experience*. Channel View Publications. Vol. 11, No 2. pp. 187-202.
- Smith, Melanie, Nicola MacLeod og Margaret Hart Robertson. 2010. *Key Concepts in Tourist Studies*, SAGE publication Ltd.
- Steinbeck J. 1962, *Travels with Charley: In Search of America*. New York: The Viking Press
- Store Norske Leksikon. "Behov". Lesedato 22. Mai 2012: <http://snl.no/behov>
- Su-Dale, Elizabeth. 1994, *Culture Shock – Norway*. Graphic Arts Center Publishing Company.
- The Free Dictionary. "Frihet". Lesedato 15. Mai 2012: <http://no.thefreedictionary.com/frihet>
- Towner, John. 1985. *The grand tour: A key phase in the history of tourism*. Annals of Tourism Research. University of Birmingham, UK. Vol. 12, No 3, pp. 297–333
- Welk, P. 2004. "The beaten track: Anti-tourism as an element of backpacker identity construction." In G. Richards and J. Wilson (eds) *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon: Channel View Publications. pp. 77–91.

Vedlegg 1: Intervjuguide Backpackere

- Navn:
- Alder:
- Student/Jobb/Annet:
- Bosted

Innledning

1. Hva slags tidligere reiseerfaring har du utenom backpackingturen?
2. Hvor fant du tips og inspirasjon til å planlegge reisen?
3. Hvilket reisebyrå brukte du?
4. Hvor reiste du?
5. Hvem reiste du med?
6. Hvor lenge varte reisen?

Motivasjon

7. Hvordan kom du frem til at du ville reise på backpacking, og hva var motivasjonen for valg av en slik reise?
8. Var du på et spesielt stadie i livet når du bestemte deg for å dra på backpacking? (for eksempel; ferdig på skole, ville reise før du slo deg ned med fast jobb eller lignende)
9. Hvorfor valgte du backpacking fremfor for eksempel en chartertur?
10. Ønsket du og lære noe når du bestemte deg for å velge backpacking?
11. Var noen behov viktigere for deg å få tilfredsstilt enn andre ved valg av reisemåte og valg av reiserute? (Eks. pris, komfort, opplevelser, kulturer, noe unikt, steder du bare måtte oppleve og lignende)

Identitet

12. Hvor ville du plassert deg selv blant disse kategoriene?

- a. **Den profesjonelle backpacker** – reisen er den viktigste hensikten med livet, og går foran alt annet. Reisen har generelt ingen planlagt slutt, og varer vanligvis i år fremfor måneder, og reiser man hjem er det bare som en slags ”ferie” eller for å tjene litt penger før man reiser videre igjen.
- b. **Gap year backpackere** – reiser etter de for eksempel er ferdig på videregående eller skole, før de begynner å jobbe. Et slags friår. Mer bestemt returdato, og reiser som regel seks måneder eller mindre.
- c. **Livskrise backpackere** – reagerer på en krise i livet ved å reise. For eksempel etter å ha mottatt arv, eller blitt skilt/gjort det slutt med kjæresten. Det er ofte et ønske om personlig vekst, og komme seg bort fra et ubehag hjemme eller misnøye med livet. De forventer at reisen skal endre livet deres til noe helt annet enn hva det var før de dro.
- d. **Partyreisende** – de ønsker ofte å finne et sted som har sol, strand, billig øl og eventuelt narkotika. Det viktigste og grunnen til at de reiser er nettopp og feste og ha det moro. De kan reise et par måneder, men de reiser ofte hjem når de ikke har mer penger igjen.
- e. **Den kortsiktige backpackeren** – de foretrekker å reise selvstendig og på et lavt budsjett, men kan bare gjøre det for korte perioder av gangen. Reiser for uker eller en måned av gangen. Selv om de ikke har muligheten til å reise på lange turer, ønsker de fortsatt friheten og spenningen som backpacking sies og gi.

13. Hvor ville du plassert deg selv blant disse kategoriene?

- a. **Social/exitement seekers** – være med gode venner, møte lokalbefolkning, spennende opplevelser og aktiviteter
- b. **Escapers/relaxers** – komme seg bort, slappe av og nyte ferien og nye steder
- c. **Achievers** – utvikle seg selv, oppleve nye ting, eventyr og spenning
- d. **Self-developers** – viktig med status og selvrealisering

Backpacking

14. Hva tror du backpackere søker i forhold til for eksempel charterturister?
15. Hva tror du gjør backpacking så attraktivt for mange?
16. Hvordan vil du beskrive backpackere for andre?
17. Hvorfor tror du så mange velger backpacking som reisemetode?
18. Hva tenker du om fremtiden til backpacking? (som for eks. om det vil bli mer/mindre av det, vil det bli mer likt masseturismen, vil det forandre seg på andre måter...)

Refleksjon

19. Hva husker du best fra turen?
20. Føler du at turen var verdt all planlegging og penger? Hvorfor?
21. Forandret du deg i løpet av turen og etter? På hvilken måte?
22. Kunne du tenkt deg å reise på flere backpacking turer? Hvorfor?
23. Hva tror du forhindrer de som ønsker å reise på en slik tur, men ikke gjør det?
24. Hva vil du si til andre som tenker på å reise på backpacking?

Vedlegg 2: Intervjuguide Kilroy

Navn:

Stilling:

1. Hvor tror du backpackere finner tips og inspirasjon til å planlegge reisen sin?
2. Tror du de fleste backpackere har reiseerfaring før de tar valget å dra på backpacking?
3. Hvor lenge varer en typisk backpacking tur?
4. Hvilke steder er mest populære blant backpackere?
5. Hvilken aldersgruppe er mest utbredt blant backpackere?
6. Hva tror du motiverer personer til å reise på backpacking?
7. Tror du de er på et spesielt stadiet i livet sitt når de velger å dra på backpacking? (som for eksempel nettopp ferdig på skolen, mellom jobber eller lignende)
8. Hvorfor tror du de velger backpacking fremfor for eksempel charterturer?
9. Er vektlegger unge når de reiser på backpacking?
10. Finnes det flere kategorier innenfor backpacking? (noen ønsker å reise for å slappe av, andre for spenning og opplevelser, andre for å oppleve nye ting og kulturer og lignende)
11. Hva gjør backpacking så attraktivt for mange?
12. Hvorfor tror du så mange velger backpacking som reisemetode?
13. Hva tenker du om fremtiden til backpacking? (som for eks. om det vil bli mer/mindre av det, vil det bli mer likt masseturismen, vil det forandre seg på andre måter...)