

BCR3103 Bacheloroppgave
Bachelor i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling

Konsekvenser av opplevd risiko i reiselivet

Hvordan kan opplevd risiko påvirke turistens beslutninger? Og i hvilken grad bør norske reiselivsaktører ha fokus på dette?



(Bilde er hentet fra vg.no)

Vår 2020

«Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.»

Forord

Med denne oppgaven avslutter jeg bachelorgraden min i reiselivsledelse og opplevelsesutvikling på Høyskolen Kristiania. Det har vært tre minnerike og lærerike år som har gitt meg god innsikt i en spennende bransje.

Det har vært en spesiell opplevelse å skrive denne oppgaven. I starten av prosjektet jobbet jeg hardt med å finne en rød tråd, samt grunnlag for å drøfte litteraturen opp imot mot norske forhold. Underveis i skrivingen har Norge, sammen med store deler av verden, stengt grensene sine og innført restriksjoner som er inngripende for friheten vi tar for gitt. At viruspandemien vil påvirke storsamfunnet, og i denne sammenhengen reiselivsnæringen, er det liten tvil om. Spørsmålet er i hvor stor grad.

Det er mange jeg vil takke for å ha bidratt til denne oppgaven. Spesielt vil takke Kjersti Ruud Walaas for god oppfølging, veiledning og rådgivning i perioden jeg har jobbet med dette prosjektet. I tillegg vil jeg takke mannen min for tålmodighet, gode innspill og lange diskusjoner om oppgavens tematikk.

God lesing!

2343

Oslo, 27. mai 2020

Sammendrag

Dette er en teoretisk oppgave som er skrevet ut fra eksisterende litteratur. Den har et teoretisk rammeverk som omfatter forskning på risiko og trygghet innen turismen fra ulike ståsteder og vinklinger.

Hvordan påvirkes turister av risiko og utrygghet? Dette er et av flere spørsmål jeg har jobbet systematisk og metodisk med å finne svar på de siste månedene. Vi mennesker opplever risiko og utrygghet ut fra en rekke ulike forutsetninger som personlige egenskaper, gruppeegenskaper og kontekst. Dette kan være nyttig kunnskap for reiselivsaktører som markedsfører seg mot ulike målgrupper eller segmenter av turister.

Et av hovedpoengene i oppgaven er at turister i stor grad vurderer risiko og utrygghet når de tar avgjørelser, og at de er sårbare ovenfor negative inntrykk og lettpåvirkelige av media og andres erfaringer fra en destinasjon. Reiselivsaktørene kan ta aktive valg for å påvirke turistenes opplevde risiko og trygghet, som igjen påvirker deres vurderinger. Men dette kan bli problematisk, selv om hensikten er god. En måte å illustrere dette på er noe jeg har omtalt som «trygghetsparadokset»: uproporsjonale, inngripende og synlige sikkerhetstiltak, i forhold til situasjonen på destinasjonen, kan føre til at turistene får en følelse eller opplevelse av at dette er et utrygt sted. Jeg drøfter også hvordan opplysningskampanjer kan slå uheldig ut og virke mot sin hensikt, ved å rette turistenes fokus på de negative sidene ved en destinasjon.

Reiselivsnæringen har et stort ansvar i samfunnet, da turismen er en viktig inntektskilde på mikro- og makronivå. Fravær av trygghet og sikkerhet på en destinasjon kan hurtig ødelegge et godt rykte og besøkstall, men de negative konsekvensene kan også forplante seg ut i samfunnet. En reflektert og kunnskapsbasert tilnærming til oppgavens tematikk kan synes nyttig for flere typer reiselivsaktører.

I siste del av oppgaven drøfter jeg hvordan tematikken kan gjelde for reiselivsaktører i Norge. Selv om Norge har et tradisjonelt godt rykte som en trygg destinasjon, står vi i dag i en pandemikrise hvor tillit og trygghet vil være avgjørende for å vinne turistene tilbake.

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1 Introduksjon	5
1.1 Innledning.....	5
1.2 Bakgrunn for valg av problemstilling	6
1.3 Oppgavens oppbygning.....	7
1.4 Avgrensning	9
Kapittel 2 Metode	10
2.1 Teoretisk oppgave	10
2.2 Førforståelse	11
2.3 Kildekritikk: Litteratursøk og utvelgelse av litteratur.....	12
2.4 Etske betraktninger.....	15
Kapittel 3 Teori.....	17
3.1 Definisjoner av sentrale begreper og verden i dag.....	17
3.1.1 Safety vs. security på norsk.....	17
3.1.2 Trygghet	17
3.1.3 Risiko	18
3.1.4 Faktisk og opplevd risiko	19
3.1.5 Den historiske utviklingen av turisme og risiko.....	21
3.2 Reiselivsindustriens behov for å være konkurransedyktig.....	23
3.2.1 Hvordan er trygghet og risiko koblet til konkurranseevne?	23
3.2.2 Reiselivsnæringens ansvar	24
3.2.3 Den skjøre reiselivsindustrien: Konsekvenser av kriser	25
3.3 Turistens perspektiv: Opplevd risiko og valg av destinasjon.....	26
3.3.1 Hva sier turistene?	27
3.4 To tilnærminger til å forstå opplevd risiko blant turister	28
3.4.1 Det kulturelle aspektet på gruppenivå	29
3.4.2 Individuelle faktorer for opplevd risiko	30

Kapittel 4 Drøfting	32
4.1 Hvordan kan man positivt påvirke individuelle egenskaper?	32
4.1.1 Ansvarliggjøring av turistene	32
4.1.2 En felles dugnad for å øke tryggheten hos turistene	33
4.2 «Trygghetsparadokset»	35
4.2.1 Formell og uformell kontroll.....	35
4.2.2 Negativ effekt av synlige sikkerhetstiltak?	37
4.3 En kobling av teori til norske forhold	40
4.3.1 Har Norge et behov for å markedsføre seg som et trygt reisemål?	40
4.3.2 Hva kan konsekvensene være av å innføre skjerpede sikkerhetstiltak i Norge?.....	42
4.3.3 En farlig konsekvens av trygghetsparadokset	44
Kapittel 5 Avslutning	45
5.1 Avslutning	45
5.2 Begrensninger.....	46
5.3 Metodekritikk og forslag til videre forskning	47
Litteraturliste.....	48

Kapittel 1 Introduksjon

1.1 Innledning

Det å reise er en lidenskap for meg. Jeg har reist mye over hele verden, både alene og i grupper. Jeg har besøkt både trygge destinasjoner og steder hvor myndighetene oppfordrer til ekstra årvåkenhet. For et par år tilbake fortalte jeg foreldrene mine at jeg skulle på ferie til Israel for første gang. De svarte spontant: «Så morsomt! Men er det ikke ganske høy risiko for at noe fælt skjer der?» Jeg kjente godt til Israel som destinasjon, men hadde ikke tenkt på det som utrygt før denne samtalen. Dette fikk meg til å reflektere over to ting: Hvor omfattende og viktig trygghet er i turismen, og hvor individuelt forskjellig risiko og trygghet kan oppleves.

Da jeg skulle starte arbeidet med å skrive denne bacheloroppgaven fulgte jeg opp denne tematikken. Jeg brukte Google for å søke litt rundt temaet og fant en artikkel med en undersøkelse utført på vegne av forsikringsselskapet TrygVesta. Den viste at for hele 96% av de forespurte var trygge omgivelser og tilgang på legetjenester det viktigste for dem da de var på ferie, viktigere enn både sol, attraksjoner, priser og shoppingmuligheter (Fonbæk 2008). Artikkelen fikk meg til å tenke videre på hvordan turister vurderer destinasjoner, og hva reiselivsnæringen kan gjøre for å gi turistene følelsen av at de er trygge. Da åpenbarte det seg et dilemma som jeg ønsket å se nærmere på: Hva om reiselivsnæringens store behov for å betrygge turistene isteden skaper en opplevelse av økt risiko og utrygghet? Dette dilemmaet, samt reiseerfaringene mine og refleksjonene jeg gjorde etter Israel-samtalen med foreldrene mine, inspirerte meg til å skrive bacheloroppgaven om dette temaet.

1.2 Bakgrunn for valg av problemstilling

En generell og utbredt måte å definere teori på er «som et sett med antagelser om et fenomen eller virkeligheten» (Johannessen, Rafoss og Rasmussen 2018, 29). Min personlige teori før jeg startet dette prosjektet var at inngripende eller synlige sikkerhetstiltak, som kan oppleves som unødvendige, kan virke mot sin hensikt og fremprovosere utrygghet hos turister. For å illustrere dette vil jeg bruke følgende eksempel: Du reiser til et sted som normalt er fredelig, rolig og uten risiko. Utenfor hotellet står det to bevæpnede vakter, det er høye murer og kameraer overalt. Hva gjør dette med deg? Er det nærliggende å tro at dette er et farlig sted, siden de har så høy sikkerhet?

Målet med denne oppgaven er å studere om det er mulig å finne teorier som sier noe om hvordan turister opplever risiko, og hvorvidt det kan slå uheldig ut om man som reiselivsaktør har et uproporsjonalt stort sikkerhetsfokus i forhold til omgivelsene man jobber i. Jeg vil også diskutere hvorvidt dette er aktuelle problemer eller utfordringer for det norske reiselivet. Jeg har hovedsakelig valgt å fokusere på perspektivet til reiselivsaktører i denne oppgaven. Grunnen til det er at jeg ville fordype meg i et tema som kan bli relevant for min yrkeskarriere, i tillegg til at jeg ønsker å bidra med en oppgave som kan leses og nyttiggjøres av reiselivsaktører slik at de kan reflektere over hvordan de implementerer trygghet og sikkerhet i sine forretningsmodeller. For å skape en bedre forståelse for tematikken i oppgaven ser jeg også på turistenes perspektiv for hvordan ulike segmenter av turister vurderer og opplever risiko og utrygghet, da man kan forutsette at reiselivsaktører ønsker å eksponere og markedsføre seg mot flere land eller kundegrupper.

Ut fra målene over har jeg utledet en problemstilling for denne oppgaven. Problemstillingen har jeg konstruert slik at den er presis og i tillegg lar seg belyse ved bruk av metode, noe jeg kommer tilbake til senere. Problemstillingen er:

Hvordan kan opplevd risiko påvirke turistenes beslutninger? Og i hvilken grad bør norske reiselivsaktører ha fokus på dette?

1.3 Oppgavens oppbygning

Denne oppgaven er basert på internasjonal litteratur, og man kan derfor diskutere i hvor stor grad den har overføringsverdi til norske forhold, noe jeg kommer tilbake til senere i oppgaven. Likevel vil jeg nevne innledningsvis at vi i de senere årene har sett hendelser som er i stand til å rokke ved det trygge imaget til landet vårt. Tenk på et sted i Norge med mye turisme, som for eksempel Oslo. Sett det så i kontekst med en plutselig og uforventet krise som et terrorangrep, en pandemi eller opptøyer. Dette er faktiske hendelser som har skjedd i Oslo de siste 10-15 årene, med for eksempel opptøyene som varte over flere dager i 2009, terrorangrepet i 2011, terrortrusselen sommeren 2014 og viruspandemien som vi i skrivende stund opplever rammer hele verden. Dette er ekstremisituasjoner som er forbigående, men det er viktig at reiselivsaktører vet hvordan de skal forholde seg før, under og etter at en krise oppstår, slik at man i det lange løp kommer best ut av det.

Jeg vil starte oppgaven med å redegjøre for hvilken metode jeg har benyttet meg av. I en empirisk oppgave kan det være naturlig å først redegjøre for teori, før man diskuterer valg av metoden. I denne oppgaven har jeg derimot valgt å flytte metodekapittelet først, da jeg mener leseren vil ha bedre utbytte av å se hvordan jeg har vurdert litteraturen før jeg redegjør for den.

I teoridelen vil jeg starte med å redegjøre for grunnleggende begreper som er relevante for å drøfte problemstillingen min, blant annet forskjellen på opplevd (følt) risiko og den faktiske (objektive) risikoen i gitte omgivelser. Deretter skal vi se på hvordan behovet for sikkerhet og trygghet har vokst frem og utviklet seg siden 50-tallet, og litt om hvordan verden ser ut i dag. Dette mener jeg er viktig for å skape en grunnforståelse av at dette er et fagområde i utvikling. Det som gjør sikkerhet- og trygghetsarbeid vanskelig og unikt er at reiselivsbransjen ofte tvinges til å endre seg på grunn av ytre påvirkninger for å fortsatt være konkurransedyktig. En bedrift kan forberede seg og forebygge mot veldig mye, men ikke alt og ikke hele tiden.

Etter dette skifter jeg over til reiselivsaktørens perspektiv hvor jeg redegjør for hvordan tematikken i denne oppgaven kan gi konkurransefortrinn samt mulige konsekvenser man kan stå ovenfor under og etter kriser. Turistene har selvsagt mye å si for hvordan de opplever

risiko og hvordan de vektlegger dette i sine vurderinger og avgjørelser. Dette er viktig, for det setter oss i stand til å skjønne hvilke behov turistene har og hva de begrunnes ut ifra. Jeg har valgt to ulike perspektiver for å forklare dette fenomenet: Gruppevis og individuelle faktorer og forutsetninger.

I drøftingsdelen av oppgaven vil jeg diskutere fordeler og ulemper av ulike tiltak man kan iverksette for å betrygge og berolige turister slik at de ikke opplever risiko.

Et hovedpoeng fra dette er hvordan man kan invitere turistene til å bli med i sikkerhetsarbeidet ved å opplyse dem om farer og områder de bør unngå. I tillegg diskuterer jeg rollen til reiselivsaktørene og andre private og offentlige aktører i denne sammenhengen.

Deretter drøfter jeg hvordan et uproporsjonalt høyt bruk av sikkerhetstiltak kan virke mot sin hensikt og skape utrygghet blant turistene. Jeg vil diskutere om det går en grense for slike sikkerhetstiltak, og hvordan konteksten på en destinasjon gjør dette komplisert. Videre diskuterer jeg hvordan oppgavens tematikk kan være gjeldende i tradisjonelt trygge Norge, ut fra et markedsføringsperspektiv samt konsekvenser av å ha for mye (eller feil) sikkerhetstiltak her til lands.

Mot slutten av oppgaven skriver jeg en avsluttende kommentar, samt at jeg diskuterer svakheter med metoden og noen tanker om fremtidig forskning på denne tematikken.

1.4 Avgrensning

Som tidligere forklart er hensikten med denne oppgaven å illustrere hvor omfattende og komplekst begreper og følelser om risiko og trygghet kan være for reiselivsaktører og turister, og mulige påvirkninger dette kan ha på en destinasjon om man velger en feil tilnærming. Den vil følgelig ikke komme med konkrete anbefalinger eller strategier for utvikling, markedsføring eller bli en håndbok i risikoplanlegging eller kriseledelse, siden det hadde krevd en helt annen tilnærming, da resultatet hadde vært noe reiselivsaktører kunne støttet seg på og utviklet strategier ut fra. Det er heller ikke meningen at den skal være en sikkerhetshåndbok for turister og vil derfor ikke berøre slike tema.

I denne oppgaven har jeg valgt å fokusere på turistenes atferd ut fra teori om kulturelle og individuelle kontekster. Denne vurderingen er tatt med bakgrunn i at reiselivsaktører forholdsvis lett kan vurdere kundenes behov for opplevd trygghet på bakgrunn av deres egenskaper, som man kan forstå ut fra disse dimensjonene. I tillegg ble lengden på oppgaven og sammensetningen forøvrig tatt med inn i denne vurderingen.

Kapittel 2 Metode

Samfunnsvitenskapen har til hensikt å bidra med kunnskap om hvordan virkeligheten ser ut fra ulike ståsted, både på individ- og gruppenivå. For å få tak i, eller etterprøve denne kunnskapen, benytter man en egnet samfunnsvitenskapelig metode for å fremskaffe relevant data og informasjon (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 25). Data og informasjon i denne sammenhengen er registrerte observasjoner som gjenspeiler og representerer det fenomenet eller den virkeligheten man ønsker å undersøke (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 416). En inngående beskrivelse av metoden, begrunnelse for hvordan den ble benyttet, samt en drøfting av fordeler og ulemper med den valgte metoden er med på å gi produktet den kvaliteten og standarden som forventes av akademiske prosjekter (Dalland 2017, 51).

2.1 Teoretisk oppgave

For å besvare problemstillingen min har jeg valgt å skrive en teoretisk oppgave. I en teoretisk oppgave produserer man ikke egne data, men bruker i stedet et allerede eksisterende utvalg av studier, fagkunnskap, forskning og teori (Dalland 2017, 207). Det finnes ingen metodemal for en teoretisk oppgave, så det er derfor svært viktig å ha en god gjennomgående struktur i både gjennomføringen og rapporteringen. Det er likevel noen krav som må oppfylles: Problemstilling og formål, søk, gjennomgang, analyse og diskusjon av materialet samt en rapport (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 106). Dalland belyser i tillegg viktigheten av at arbeidsprosessen er transparent og at forfatteren redegjør for valgene som er tatt, slik kan leseren i større grad forstå hvilke vurderinger som er gjort i arbeidsprosessen (2017, 54). Jeg har igjennom hele dette prosjektet tenkt på struktur og kontrollerbarhet i arbeidet mitt, og sett på den helhetlige gjennomføringen som et håndverk jeg har hatt som mål å mestre.

Fordelen med en teoretisk oppgave er at man får et mangfoldig spekter av synspunkter ut fra de ulike kildene som foreligger, og en erfaring som jeg etter hvert kom frem til er at det foreligger allerede nok av empiriske undersøkelser til å besvare problemstillingen min. Men det å finne gode og relevante kilder er tidkrevende, og kan beskrives som å navigere i en

jungel av informasjon. For å finne den utvalgte litteraturen har jeg brukt kildekritikk, noe jeg kommer tilbake til. Man kan også diskutere forskjeller på en teoretisk oppgave og litteraturstudier/metaanalyser. Sistnevnte går mere i dybden på litteraturen for å rapportere likheter og forskjeller i dem, med sikte på å utvinne nye teorier, noe som ikke er hensikten med denne oppgaven (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 105).

En svakhet ved teoretiske oppgaver er at jeg ikke kan forske på tematikken i denne oppgaven selv. Dersom jeg hadde skrevet en empirisk oppgave kunne jeg ha foretatt kvalitative intervjuer eller kvantitative spørreundersøkelser for å besvare problemstillingen min med de fordelene det gir (Dalland 2017, 52). Det som talte imot en empirisk tilnærming er utfordringene vi i dag har med viruspandemien, samt at jeg ser en del utfordringer med validitet/gyldighet, altså hvor godt dataene hadde beskrevet den virkeligheten jeg hadde forsket på (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 66). Det hadde i en slik forskningsprosess vært aktuelt å forfølge tema det ville vært vanskelig å få svar på, som spørsmål om bedrifters konkrete arbeid med trygghet, sikkerhet og krise- og beredskapsplaner. Slik informasjon holdes logisk nok internt for å forhindre uønskede hendelser fra aktører med uærlige hensikter. Samtidig er det ikke urimelig å anta at bedriftene ikke vil gjøre seg sårbare ved å vise utad at de har et dårlig system for trygghet, beredskap, planverk, med mere. Man kunne løst dette ved å skrive en oppgave med sikkerhetsgradering, men jeg vil heller skrive en oppgave som kan være til inspirasjon for aktørene i reiselivsbransjen eller for videre forskning.

2.2 Førforståelse

Dalland skriver at man alltid har sine fordommer eller førforståelse med seg inn i en undersøkelse, og at man må være bevisst disse for å sikre objektivitet. Fordommer og førforståelse kan påvirke forskeren til å ta valg som leder til å bekrefte disse tankene eller holdningene på et senere tidspunkt. En måte å forhindre dette på er å aktivt lete etter det som avkrefter våre forhåndsforklaringer, og dette vil igjen styrke holdbarheten til forklaringene vi etter hvert fremskaffer (2017, 58). For min del har jeg tenkt ut spesielt en bekreftelsesfelle som er aktuell for denne oppgaven: Min tidligere nevnte reiseerfaring. Veldig mye av det jeg har opplevd har gitt meg erfaringer og gjort meg robust nok til å gjenkjenne situasjoner som

kan bli farlige, samt at jeg er relativt trygg på å bedømme hva som faktisk er farlig og ikke. Dette har jeg derfor hatt i bakhodet når jeg har lest og valgt ut litteraturen som er brukt i oppgaven slik at den fanger et bredt spekter av teorier, samtidig som at jeg ikke har forkastet litteratur som for meg virket å omhandle tematikk rettet mot uerfarne turister, altså en gruppe som står i kontrast med mine egne erfaringer.

2.3 Kildekritikk: Litteratursøk og utvelgelse av litteratur

En ulempe med å basere en oppgave på hva andre har produsert av litteratur er at man risikerer å reprodusere ulike feil som kan oppstå i en forskningsprosess. Eksempler på slike feil kan ligge i forberedelser, datainnsamling, dataanalyse og rapportering (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 28). Kildekritikk er derfor et viktig verktøy når man skal finne og velge hvilken litteratur man baserer en akademisk oppgave på. Dalland bruker begrepene relevans og gyldighet som grunnlag for disse vurderingene (2017, 159).

Søkeprosessen var det første hinderet jeg måtte overkomme, da dette legger grunnlaget for hvilken litteratur jeg finner. I forhold til førforståelsen min måtte jeg være påpasselig med å finne litteratur som taler ulike sider av problemstillingen slik at jeg har best mulig grunnlag for å skrive oppgaven. Jeg benyttet Oria og Google Scholar som søkemotorer og søkene ble gjennomført i januar 2020. Av norske søkeord benyttet jeg ulike kombinasjoner av: «trygghet, sikkerhet, turisme, turist, destinasjon, destinasjonsutvikler, destinasjonsutvikling, beredskap, kriseberedskap, markedsføring og farlig». Jeg fant fort ut at det ikke var veldig mye å hente i norske tekster og utvidet deretter til engelske søkeord: «safety, security, tourism, tourist, destination, destination developer, destination development, (crisis) preparedness, crisis management, marketing og dangerous».

Relevans handler om å finne litteratur som er egnet til å besvare problemstillingen, altså hvilken verdi den har for mitt prosjekt. Dalland bruker følgende fire spørsmål i denne sammenheng:

1. Forteller kilden noe om de spørsmålene du stiller i oppgaven din?
2. Belyser kilden problemstillingen?

3. På hvilken måte mener du at kilden belyser spørsmålene du stiller?
4. Hvordan ser du for deg at du kan bruke kilden i oppgaven din? (Dalland 2017, 159)

Disse spørsmålene bør man reflektere over når man leser litteraturen man vurderer å basere en oppgave på. Noen av søkekombinasjonene ga over hundre tusen søketreff på Google Scholar, og som hovedregel bladde jeg igjennom de første ti sidene med søketreff og leste sammendraget på alle artiklene. Dette sammendraget brukte jeg til å utføre en innledende vurdering av relevansen etter de fire punktene til Dalland nevnt over, og jeg satt igjen med en liste som kunne bestilles fra biblioteket.

Etter at jeg mottok litteraturen kunne jeg lese tekstene i sin helhet for å ta en bedre vurdering av relevansen. Artiklene jeg da stod igjen med ble så vurdert for gyldighet. Dalland skriver at formålet med å vurdere gyldigheten er at den skal gi oss en klar indikasjon på dens kvalitet og troverdighet, basert på en dekomponering av artiklene. En slik dekomponering kan bestå av ulike spørsmål man stiller seg selv, som for eksempel hva slags tekst det er, hvilke formkrav den oppfyller, hvem forfatteren er, når er den skrevet og hvor er den publisert (Dalland 2017, 159).

Artiklene som er benyttet i denne oppgaven er publisert i diverse akademiske tidsskrifter med «reiseliv» som hovedtema og det er god transparenss i de av artiklene som presenterer primærdata de har innhentet selv. Mange av artiklene er også publisert på Sage Publishing, som er en anerkjent database med høy troverdighet og de har litteratur fra over tusen tidsskrifter innen forskjellige fagfelt. Samtlige artikler jeg har brukt i dette prosjektet har korrekt kildehenvisning. Med unntak av to artikler er alle skrevet ut fra IMRAD-strukturen (Introduction, Methods, Results And Discussion), noe som er et krav i mange av de anerkjente vitenskapelige tidsskriftene. Hvorvidt artiklene er fagfellevurdert har vært vanskelig å vurdere da dette ikke fremkommer i artikkelen eller stedet hvor artikkelen er hentet fra.

Forskerne som har skrevet litteraturen jeg har innhentet er knyttet til ulike universiteter og høyskoler over hele verden. Flestparten av dem tilhører naturlig nok akademiske miljøer som sentrerer rundt fakulteter som spesialiserer seg på hotell og reiseliv, ledelse og administrasjon, samt mere generelle «business schools».

Flere av forskerne skriver i innledningen at de ønsker å bidra med ny teori innen fagfeltet og i flere av artiklene blir det drøftet sikkerhetstiltak i et økonomisk perspektiv for reiselivsaktører. I mange av artiklene står det ikke hvem forskningen er bestilt av eller om det er spesifikke aktører de sikter seg inn mot. Derimot virker det å gå igjen at forskerne igjennom sine litteraturstudier har funnet inspirasjon til å forske på emner som skal fylle kunnskapshull de har sett i materien.

Forskerne er også dyktige og reflekterte når de belyser svakheter med dataene sine, og andre begrensninger i resultatene, avslutningsvis i artiklene. Disse begrensningene brukes så til å synliggjøre og inspirere til ytterligere forskning på fenomenet, ofte innen andre segmenter av turister.

Aldersmessig spriker litteraturen over flere tiår, noe jeg har hatt en kritisk tilnærming til. Det er begrenset med nyere forskning på dette emnet og jeg måtte derfor akseptere at for å få bredde og mangfold måtte jeg samtidig se tilbake i tid. Så langt det har latt seg gjøre har jeg brukt litteratur som jeg kan forutsette å fortsatt være gjeldende, med mindre noe annet er nevnt i teksten.

Verden vi lever i er naturligvis mangfoldig og unikt forskjellig mellom byer, regioner, land og verdensdeler. Forskning på fagfeltet som oppgaven berører må derfor drøftes inngående for å vurdere i hvor stor grad det har overføringsverdi for destinasjonen man jobber på, eller i mitt tilfelle hvor deler av oppgaven er satt av til å diskutere litteraturen opp imot norske forhold. En fordel med flere av artiklene jeg har benyttet er at de bruker internasjonale utvalg for å skape empiri, og for en reiselivsaktør som ønsker et bredt spekter av kunder kan dette være en fordel å sette seg inn i.

Underveis i oppgaveskrivingen førte relevansvurderingene til at noen artikler ble lagt vekk og nye artikler kom til. Til slutt satt jeg igjen med totalt 37 kilder som denne oppgaven er basert på, hvorav 17 av disse er forskningsartikler. Dalland skriver at det kan være lurt å lage en logg over denne innhentings- og vurderingsprosessen som jeg har beskrevet over (2017, 158). Alle søkene og kildene mine ble nøye ført opp i et Excel-skjema med søkeord og URL-adressen de er hentet fra, for å sikre kontrollbarheten i materialet mitt. Kildene ble studert nøye, og med inspirasjon fra hvordan man koder tekster i kvalitativ metode prøvde jeg å finne

meningen med innholdet i tekstene. Disse kodene samlet jeg sammen og utviklet seks kategorier som jeg delte tekstene inn i:

- Kulturelle aspekter i turistmassene
- Konkurransefortrinn for reiselivsaktøren
- Kritikk til forskningen
- Beslutningstaking hos turisten (kjøpsprosessen)
- Synlige sikkerhetstiltak
- Opplevd (perceived) risiko og trygghet

Ved hjelp av denne kategoriseringen kunne jeg koble de ulike kildene til disposisjonen for oppgaven, og samtidig se muligheter for å bruke kildene på tvers av tematikken. Som et ekstra tiltak for å unngå ulike bias eller at litteraturen har blitt for ensformig, har jeg diskutert artiklene med personer med variert reiseerfaring.

2.4 Etiske betraktninger

Innen samfunnsforskning kommer man tett på andre mennesker, og forhold mellom andre mennesker. Det er derfor viktig å underordne seg etiske og juridiske retningslinjer. Dette er spesielt viktig når man jobber med empiriske oppgaver. I Norge jobber man gjerne etter tre grunnprinsipper om informanters rett til selvbestemmelse og autonomi, forskerens plikt til å respektere informantens privatliv, samt forskerens ansvar for å unngå skade. I tillegg må man vurdere om forskningen utløser meldeplikt eller konsesjonsplikt ut fra hvilke opplysninger man innhenter og oppbevarer (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 85). I en teoretisk oppgave er det ikke naturlig å ta slike vurderinger, men jeg må derimot vurdere litteraturen jeg baserer den på. Etiske retningslinjer og lovpålagte føringer vil selvsagt variere fra land til land, og derfor kan det synes vanskelig å komme helt til bunns i dette da litteraturen er hentet fra ulike deler av verden.

Som tidligere nevnt er kildekritikk viktig, og vurderingen av litteraturens gyldighet vil kunne gi oss gode indikasjoner på forskernes etiske vurderinger, eller om gjennomføringen av undersøkelsene reiser noen etiske diskusjoner. Dette omtales gjerne avslutningsvis i artiklene

under temaet «limitations», eller «begrensninger» på norsk, og synliggjør svakheter med metoden eller empirien som artikkelen er basert på. På et overordnet plan må jeg også vurdere hvordan denne oppgaven kan bli lest, og dermed være påpasselig med å understreke at den ikke er ment som en guide eller håndbok for reiselivsaktører for hvilke sikkerhetstiltak de må eller bør implementere på en destinasjon. Dette ble synliggjort i de første kapitlene i denne oppgaven. Jeg har også forsøkt å søke meg frem til om litteraturen er omtalt som etisk uforsvarlig eller utfordret av andre forskere, uten å finne noen holdepunkter for dette.

Kapittel 3 Teori

3.1 Definisjoner av sentrale begreper og verden i dag

Jeg vil starte teoridelen med å redegjøre for sentrale uttrykk som jeg anser som nødvendige for å forstå tematikken i denne oppgaven, da flere av uttrykkene kan ha ulike betydninger både i oversettelser, men også ut fra et individuelt ståsted.

3.1.1 Safety vs. security på norsk

I internasjonal forskning, og i stor grad ellers i verden, skilles det mellom begrepene safety og security. Safety brukes for å beskrive sikkerhet mot uønskede hendelser som resulterer av tilfeldigheter, for eksempel ulykker og menneskelig svikt uten intensjon om å skade andre. Security brukes for å beskrive sikkerhet mot uønskede hendelser som er et resultat av overlegg, for eksempel kriminalitet (NOU 2006: 6, 38). På norsk bruker man gjerne begrepet *sikkerhet* om begge disse kategoriene, noe som har vist seg å være problematisk og vanskeliggjør bygging av sikkerhetskultur i en organisasjon, da man ikke helt vet meningen med begrepene man omgir seg med, og det kan skape farlige situasjoner (Helgesen og Taraldsen 2013). Enkelte større norske konserner har begynt å bruke *sikkerhet* for safety og *sikring* for security for å skape det naturlige skillet mellom begrepene, hvis de ikke i stedet bruker de engelske ordene i mangel på gode norske oversettelser og ut fra et faglig behov (NOU 2006: 6, 38). Når man samarbeider i reiselivet er det viktig å kjenne til forskjellene på ordene slik at man ikke glipper viktige arbeidsoppgaver eller strategier. Jeg velger å bruke terminologien *sikkerhet* i denne oppgaven hvor jeg har benyttet engelske artikler. Grunnen til dette er at for turistene vil det ikke nødvendigvis være et synlig skille mellom sikring og sikkerhet, for ved fravær av begge disse begrepene vil de uansett kunne oppleve risiko og utrygghet.

3.1.2 Trygghet

For å forstå hvor viktig trygghet er for mennesker, kan vi se til Maslows behovspyramide, hvor trygghet er rett over fysiologiske behov som søvn og mat (McLeod 2020). Men hva er

trygghet? Thomas Hylland Eriksens (2006) definisjon på trygghet brukes i Politihøgskolens forskning på trygghet i det offentlige rom: «Trygghet er det motsatte av usikkerhet, risiko og sårbarhet» (referert i Aas et al. 2010, 21). Trygghet forutsetter altså fravær av det man opplever som truende, og evnen til å forutsi hva som kan skje og en følelse av å ha kontroll over sin livssituasjon. Et element som kan virke både truende, og samtidig skape usikkerhet og følelsen av å miste kontrollen, er risiko (Aas et al. 2010, 21).

3.1.3 Risiko

Risiko er et sentralt begrep i denne oppgaven og kan ifølge Macquire (1999) defineres som eksponering mot en mulighet for skade, tap, en fare, at noe farlig inntreffer eller potensiale for at man taper noe av verdi (referert i Reisinger og Mavondo 2005, 212). I Store norske leksikon finner vi følgende beskrivelse av risiko:

Risiko innebærer at hendelser kan inntreffe som har konsekvenser for noe som er av verdi for oss mennesker. Konsekvensene kan være knyttet til for eksempel liv og helse, miljø eller økonomiske verdier. Der er alltid minst ett utfall som oppfattes som negativt eller uønsket. I dagligtalen er det vanlig å bruke risiko i betydning fare og som et potensial eller mulighet for uønskede hendelser og tap. (Aven 2019)

Risiko er altså noe vi ønsker å redusere for å skape trygghet og det finnes ulike måter å gjøre dette på, ut fra ulike teorier.

Fra en reiselivsaktørs side er risiko noe som kan analyseres og beskrives i en risikoanalyse. Formålet med risikoanalysen er å systematisk identifisere de ulike risikoene som kan oppstå, og så vurdere konsekvensene av at de inntreffer og sannsynligheten for at de inntreffer. Dette gjør oss i stand til å kategorisere risikoene og plassere dem i et fargekodet risikodiagram som synliggjør hva vi må rette fokuset vårt på. Videre må man så langt det lar seg gjøre forsøke å eliminere eller minimere de risikoene som er røde og oransje, slik at vi sitter igjen med det vi kaller restrisiko, som er det nivået av risiko vi kan si oss fornøyde med har en tilstedeværelse. Hvis det er slik at restrisikoen vurderes til å fortsatt være for høy, bør man utrede nærmere til

man demper både sannsynlighet og konsekvens til et nivå man kan akseptere (DSB 2017, 23-27).

Sannsynlighet	Svært sannsynlig					
	Sannsynlig		4			
	Mindre sannsynlig					
	Lite sannsynlig		4a			5
	Usannsynlig					5a
		Ufarlig	En viss fare	Farlig	Kritisk	Katastrofalt
Konsekvens						

Kilde: (DSB 2017, 26)

Generelt sett kan man dele risiko inn i tre typer: absolutt, faktisk og opplevd.

- Absolutt risiko: omfatter alt som kan inntreffe i storsamfunnet, og mange ulike offentlige og private aktører jobber kontinuerlig med å minimere den til *faktisk risiko*.
- Faktisk risiko: er det man står igjen med objektivt sett, etter alle tiltakene som er satt i verk for å minimere den absolutte risikoen. Denne kan for eksempel være basert på statistikk eller andre målinger.
- Opplevd risiko: vurderes individuelt ut fra hvordan en person oppfatter virkeligheten rundt seg (Reisinger og Mavondo 2005, 212).

Vi kan med andre ord gjøre en grovdeling mellom opplevd risiko, som er individuell, og absolutt og faktisk risiko, som det i stor grad kan settes en verdi eller måles ut fra tall.

3.1.4 Faktisk og opplevd risiko

Budescu og Wallstein (1985) mener at mennesker lar seg påvirke av opplevd risiko i mye større grad enn faktisk risiko. Dette forklares med at folk bekymrer seg for det som er relevant for dem i en gitt kontekst, og normalt sett ikke alle andre uønskede hendelser som kan inntreffe (referert i Reisinger og Mavondo 2005, 212).

Den opplevde risikoen trenger ikke å være koblet til faktisk risiko, men er basert på irrasjonelle forhold til det objektive som omgir oss. Et eksempel på dette er folk som føler seg utrygge på fly og trygge i en bil, til tross for at statistikken tilsier at det er mye farligere å kjøre bil. Et annet eksempel er at noen kan føle seg utrygge når de er ute og går på kvelden, selv om ingenting tilsier at det skulle være farlig. Dette kan begrunnes med forholdet mellom utsatthet og sårbarhet, selv om sjansen for å bli utsatt for noe er lav vil konsekvensene være så store at det skaper en opplevd risiko og utrygghet (Aas et al. 2010, 22).

Slevitch og Sharma gjør et poeng ut av at forskningsmiljøene rundt reiselivsnæringen har vært for dårlige på å forske på hvordan man kan redusere opplevd risiko innenfor fagfeltet og at eksisterende forskning fra kognitiv psykologi, markedsføring og sosiologi ikke nødvendigvis lar seg integrere med hvordan turister vurderer opplevd risiko (2008, 86). Opplevd risiko kan forstås ut fra hvordan mennesker individuelt beskriver det og hvor sterkt de vektlegger det i avgjørelsene sine. Personlighetstrekk, kultur og nasjonalitet, tidligere erfaringer, demografi, kjønn, inntekt og utdanning, nærhet til kriminalitet og vold, og motivasjonen for å reise er faktorer som påvirker hvordan man opplever risiko (Seabra et al. 2013, 503). Dette illustrerer en kobling mellom de individuelle egenskapene til gruppetilhørigheten man assosierer seg med eller kommer fra, noe som gjør det til et komplekst fenomen. Denne oppgaven vil berøre flere av disse dimensjonene for å lettere forstå dette fenomenet.

Innenfor forbrukeratferd har Schiffman og Kanuk (1991) identifisert syv typer opplevd risiko, kategorisert etter følgende:

- Fysisk (skader eller sykdom, uønskede hendelser)
- Finansiell (taper eller sløser bort penger)
- Sosial (ære, eller omdømmetap, ved å gjøre noe som ikke er sosialt akseptert)
- Psykososial (ødeleggende for selvbildet eller personlighet)
- Funksjonell / ytelse (kundens krav blir ikke møtt)
- Tilfredsstillelse (henger noe sammen med «funksjonell» i den grad at forventinger om tilfredsstillelse ikke blir møtt)
- Tid (noe tar for mye tid eller kaster bort tid) (referert i Reisinger og Mavondo 2005, 213).

Av disse syv typene vil denne oppgaven ta for seg den første, altså opplevd risiko relatert til fysiske skader, sykdom eller uønskede hendelser. Man kan argumentere for at denne type risiko også kan vurderes som svært inngripende og viktig for turister flest da de færreste ønsker å komme til skade på en feriereise.

3.1.5 Den historiske utviklingen av turisme og risiko

Teoriene om risiko og trygghet kan, som vi har sett, være kompleks og avhenge av kontekst. For å diskutere dem i konteksten turisme og reiseliv bør vi først se til den historiske utviklingen av denne bransjen og hvordan kravene til å fremstå som risikofrie og trygge har vokst frem.

Sikkerhet og trygghet for turister ble for alvor et problem i starten på 1950-tallet da man opplevde starten på utviklingen av masseturisme. Kóvári og Zimányi skriver at det i hovedsak er tre årsaker til denne utviklingen:

- Den var et direkte resultat av at flere borgere fikk høyere lønninger nedover i det eksisterende klassesamfunnet og at arbeidere fikk stadig mere fritid og ferie sammenlignet med tidligere.
- Stadig flere land i det som den gang ble omtalt som den tredje verden, altså fattige land på den sørlige halvkule, så at turisme ga gode inntekter og det ble derfor en del av disse landenes utviklingsstrategi. Tilbudet av tilgjengelige turistmål ble slik økt til å omfatte flere deler av verden enn tidligere.
- Sist, men ikke minst, så man en hurtig utvikling av transportindustrien som tillot stadig flere å reise med bedre transportmiddel, noe som gjorde verden mindre enn den var tidligere (Kóvári og Zimányi 2011, 59).

Disse tre faktorene gjorde at krav til trygghet og sikkerhet for turistene stadig fikk mere fokus i årene som kom. I starten ble trygghet og sikkerhet for turistene sett på som enkelt og overkommelig. Utover 70-tallet til 90-tallet så man nye utfordringer som flykapringer og terrorangrep som verktøy for å fremme politiske saker eller andre kampsaker. Det som tidligere var utfordringer knyttet til lokale forhold kunne nå skade større regioner som for

eksempel hele Midtøsten eller Baskerland. Slike konflikter og problemer gjorde at flere aktører begynte å se nytten av sikkerhetssamarbeid på tvers av landegrensener, regioner og industrier. Fra 90-tallet fikk vi for alvor se nye og komplekse sikkerhetsutfordringer som følge av økt globalisering. Med det menes at nasjonale og regionale økonomier, samfunn og kulturer ble integrert av ulike verdensomspennende nettverk av kommunikasjon, mobilitet/turisme, handel av varer og tjenester. Komplekse og ofte mer skadelige utfordringer og problemer kunne ikke lengre ignoreres og ringvirkningene ble større enn hva de kunne vært for bare noen tiår siden. Et eksempel på dette er terrorangrepet i USA 11. september 2001, som i stor grad førte til at turismen stagnerte for en periode i et globalt perspektiv (Kóvári og Zimányi 2011, 60).

I tillegg til globaliseringen har store deler av verden utviklet seg til det som omtales som informasjonssamfunnet, hvor informasjonsteknologien (IT) for alvor har festet sitt grep (Rossen 2019). Det at vi i dag har tilgang til det vi måtte ønske fra mobiler, nettbrett og datamaskiner har sine klare fordeler, men også ulemper. Vi påvirkes av trender og kampanjer som i mye større grad treffer på de ulike mediene og plattformene. På en måte har vi svært lett for å skaffe oss informasjon om en destinasjon, og på en annen måte kan det bli problematisk om vi bombarderes med inntrykk av en negativ hendelse. Nye destinasjoner markedsføres stadig til grupper av turister som vil oppleve nye ting, noe som er utfordrende med tanke på å skape trygge destinasjoner i områder som er i utvikling eller på andre måter når et metningspunkt for hvor mange turister man kan ta imot.

Kóvári og Zimányi illustrerer nåtidens kompleksitet i sikkerhetsutfordringer ved å vise til problemer og utfordringer knyttet til politisk uro, offentlig trygghet (herunder kriminalitet og terror), helse og sanitærforhold, datasikkerhet, juridisk beskyttelse for turister, forbrukerrettigheter, krisebeskyttelse, kommunikasjonsproblemer, miljøsikkerhet, kvalitetssikring av tjenester og produkter, bruk av internasjonale standarder samt problemer med å kvalitetskontrollere tilgjengelig informasjon som for eksempel at «fake news» eller dårlig informasjon brukes i turistenes beslutningsgrunnlag før og under en reise. Et av hovedpoengene til Kóvári og Zimányi er at utviklingen har tvunget alle ledd i turistnæringen over fra en passiv rolle til en aktiv deltager i forebygging av kriser og utfordringer som truer trygghet og sikkerhet, samt hvordan man skal forholde seg til hendelser som oppstår og hvordan man navigerer seg tilbake til normal drift igjen (2011, 60).

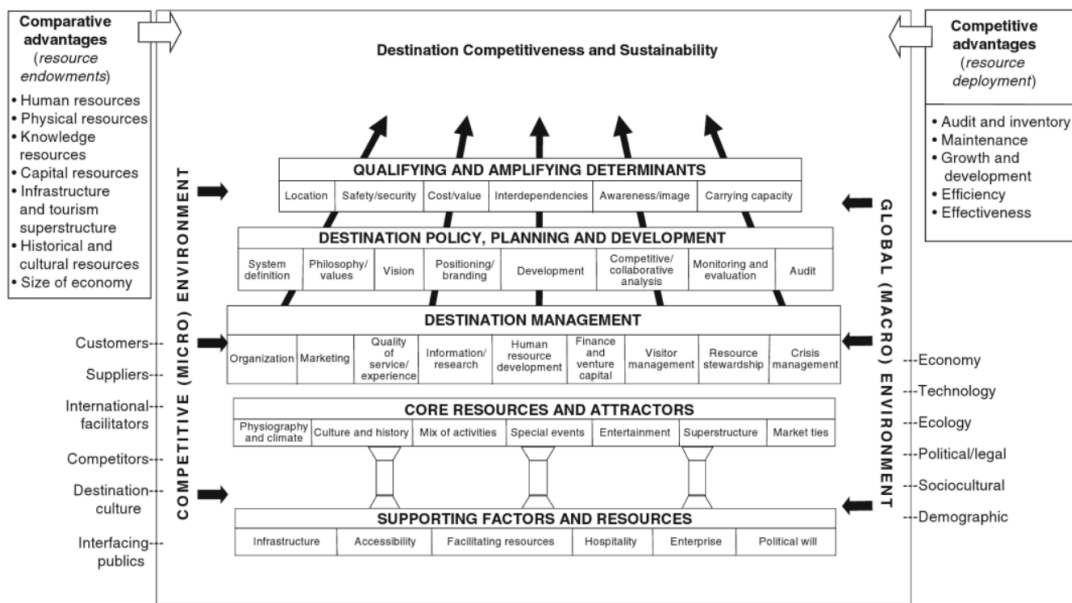
3.2 Reiselivsindustriens behov for å være konkurransedyktig

Siden utviklingen av behovet for trygghet og sikkerhet i reiselivsindustrien har ført oss dit vi er i dag, er dette også omtalt innen litteraturen om bærekraft og konkurranseevne. Objektivt sett er dette viktig kunnskap for reiselivsaktører, og vi skal se nærmere på hvorfor i dette kapittelet.

3.2.1 Hvordan er trygghet og risiko koblet til konkurranseevne?

En enkel forklaring på hvorfor trygghet og sikkerhet er svært viktig for reiselivsaktørene, er at dersom den opplevde risikoen til turistene på en destinasjon blir for høy, vil den overskygge godene ved å faktisk dra dit, og man vil mest sannsynlig avstå fra å reise (Sirakaya, Sheppard og McLellan 1997, 8). For en destinasjon vil det derfor være kritisk viktig å skape trygge omgivelser som gjør at turister føler seg trygge før og under turen, slik at destinasjonen kan yte konkurranseevne (Seabra et al. 2013, 502).

I litteraturen kan vi se til Ritchie og Crouchs modell som er laget for å skape konkurranseevne og bærekraft hos destinasjoner. Modellen er bygd opp fra bunn til topp i fem lag, og over det femte laget finner vi sluttproduktet; destinasjonens konkurranseevne og bærekraft. I det øverste laget finner vi faktorer som har den evnen at de kan forsterke eller øke kvaliteten på de nedenforliggende lagene, og det er her de har plassert trygghet og sikkerhet. Samtidig diskuteres det at det kan være vanskelig å måle hvor forsterkende effekt dette har på sluttproduktet, men at den virkelige effekten kommer til syne når sikkerhet og trygghet blir svekket eller fraværende, hvor konkurranseevnen minsker i meget stor grad (2003, 237). Modellen kan med fordel benyttes både innen evaluering og prosjekteringer av destinasjoner for å hindre at man glemmer dette viktige prinsippet.



Kilde: (Ritchie og Crouch 2003, 63)

3.2.2 Reiselivsnæringens ansvar

Levantis og Gani (2000) har forsket på sammenhenger mellom inntekter fra reiselivsnæringen i forhold til destinasjoner som har store problemer med å skape trygghet og sikkerhet. De fant en korrelasjon mellom nødvendigheten av inntekter fra turismen og de faktiske problemene en destinasjon sliter med, som for eksempel kriminalitet, noe som legger et stort press på reiselivsnæringen (referert i Law 2006, 289). Dette kan være land som sliter med korrupsjon eller andre utviklingsproblemer, og de blir da dobbelt utsatte i usikre tider. Hvis kriminaliteten, og dermed usikkerheten øker, vil turistene velge andre destinasjoner, og inntektene til landet minker. Dette kan igjen slå ut på de offentlige budsjettene slik at man kan komme inn i en destruktiv, nedadgående spiral. Da går inntektene fra turismen ned, og dermed en viktig inntektskilde for det offentlige evne til å forebygge og bekjempe kriminalitet, og man befinner seg i en ond sirkel. Dette illustrerer en side av hvor viktig det er å skape trygge og sikre destinasjoner, og viser hvordan turismen bidrar til fred, like mye som den drar fordeler av den. Men uansett hvor godt man drifter en destinasjon kan det likevel oppstå situasjoner som man enten ikke er forberedt på, eller hvor planer og instruksjoner ikke strekker til.

3.2.3 Den skjøre reiselivsindustrien: Konsekvenser av kriser

Dersom reiselivsaktører går igjennom en krise eller ikke har tilfredsstillende sikkerhet og trygghet på en destinasjon kan konsekvensene være store og omfattende. Borch diskuterer hvor viktig det er at reiselivsaktører til enhver tid må ha riktig fokus på risiko og beredskap, og at man må tilpasse dette til hvordan en reiselivsaktør endrer og utvikler produktene sine. Dersom en bedrift utsettes for en krisesituasjon er det mange interessenter som vil kunne henvende seg til bedriften. Nødetatene, de skadde, øvrige berørte, pårørende, ambassader, media, sosiale medier, turoperatører/agenter, forsikringsselskap, kunder, havarikommisjonen og politietterforskere er eksempler på dette (2019, 234). Videre følger av en krise eller uønsket hendelse, som kan få omfattende konsekvenser for en bedrift, er:

- Negativt medieomtale / fremstilling
- Omdømmetap
 - i markedet
 - hos leverandører/finansieringskilder
 - i lokalsamfunnet
- Omsetningstap
- Erstatningskrav
- Offentlige undersøkelser
- Etterforskning og straffeansvar
- Tap av motivasjon
- Psykisk belastning. (2019, 235)

Konsekvensene av en krise kan med andre ord være svært store og Borch skriver at bevisstgjøring, ressurser og skolering må være fokusområder for bedriften og at ledelsen må forstå sikkerhetsstyring og kriseberedskap (2019, 236). Samlet sett kan dette synes overveldende, men igjen vil man kunne forebygge mange av de negative følgene i kulepunktene over med gode forberedelser og en kultur hvor man fokuserer riktig på risiko, beredskap og sikkerhet. Det handler i bunn og grunn om å være beredt på hva som kan inntreffe. Det kan også nevnes at både opplevd- og faktisk risiko kan forplante seg ut i

samfunnet og skape kriser i hele turistnæringen så vel som at det kan skremme investorer fra inn- og utland til å vurdere andre satsningsområder (Costea, Hapenciuc og Stanciu 2017, 2).

Dette kapitlet har vist oss grunnleggende teorier som sier at trygghet og fravær av risiko er svært viktig for at aktører i reiselivsnæringen skal være konkurransedyktige og tiltrekke seg turister og kunder. Vi har også sett på noen svært negative konsekvenser og følger som kan oppstå dersom turistnæringen ikke er sitt ansvar bevisste og hvordan det kan forplante seg ut i samfunnet. Som jeg skrev innledningsvis i oppgaven så er hovedfokusert perspektivet til reiselivsaktører, men for å skape en grundigere og bedre forståelse av disse fenomenene må vi i tillegg se på hva turistene selv sier.

3.3 Turistens perspektiv: Opplevd risiko og valg av destinasjon

Ifølge Chesney-Lind og Lind (1986) kan turister beskrives som «lette ofre» for kriminalitet når de er på ferie, i forhold til lokalbefolkningen. Denne teorien er hentet fra en undersøkelse utført blant turister som besøkte Hawaii og tar for seg det som kan beskrives som hverdagskriminalitet som overfall og tyveri, og ikke høyprofilert kriminalitet som for eksempel terrorisme (referert i Mawby 2000, 111). Man kan diskutere hvorfor turister kan beskrives slik. Turister som reiser på ferie for å slappe av kan for eksempel senke skuldrene så mye at de ikke får med seg hva som skjer rundt dem og bli uoppmerksomme på farlige situasjoner. I tillegg kan de ferdes i områder hvor man bør utvise ekstra aktsomhet, uten at de er klar over det, og dermed utsette seg selv for risiko. Ulike strategier for å håndtere dette på kommer jeg tilbake til litt senere i oppgaven.

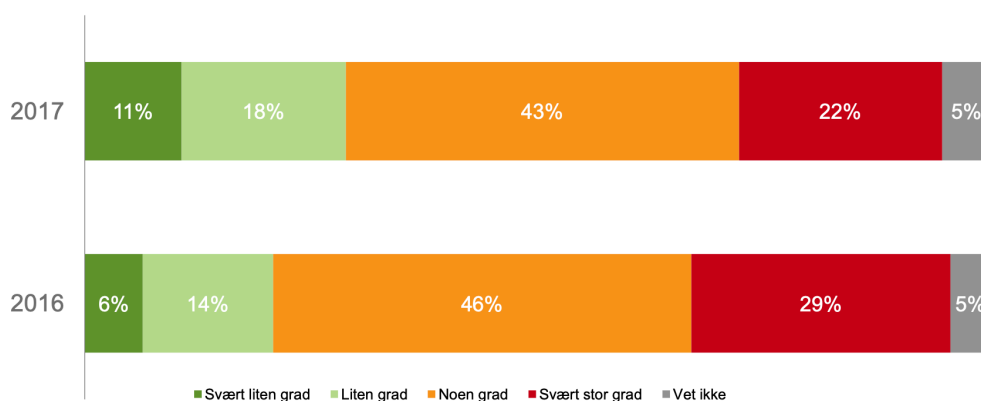
Det er gjort flere undersøkelser blant turister for å finne deres meninger og holdninger rundt temaet trygghet og risiko på reise som har stor verdi for reiselivsnæringen. Ved å se til forskningen kan man diskutere hvordan den har overføringsverdi til ulike destinasjoner og attraksjoner, eller i hvilken grad den er aktuell.

3.3.1 Hva sier turistene?

Cavlek har undersøkt hvorfor turister ønsker å føle seg trygge. Hun skriver at hvert minutt, hele året, skjer det en voldshandling på en turistdestinasjon i verden. Verden er farlig, men det er også hjemstedet til turistene. Forskjellen er at mennesker i større grad aksepterer, eller har ulike måter å tolerere denne risikoen på hjemstedet sitt. Kanskje har de heller ikke råd til å flytte derifra. Men derimot kan ingenting presse dem til å dra på ferie til et sted de opplever som utrygt. Dette må reiselivsnæringen ta hensyn til, og det er bred enighet i reiselivslitteraturen om at opplevd risiko påvirker en persons beslutningsprosess (2006, 335).

Dette støttes i stor grad av nyere forskning. En undersøkelse utført av Kantar TNS, på vegne av NHO Reiseliv (2017), hadde til formål å web-intervjue et landsrepresentativt utvalg av den norske befolkningen om deres planer for ferie- og fritidsreiser i 2017. Datainnsamlingen ble gjennomført over to uker og i alt ble 1143 personer over 18 år intervjuet. Det ble brukt en svarskala fra *svært liten grad*, *liten grad*, *noen grad* til *svært stor grad* samt *vet ikke* på dette spørsmålet, og man kan sammenligne med samme spørsmål stilt i 2016. Med fem verdier på skalaen gir det svært god datakvalitet bestående av konsistente svar og høy reliabilitet og validitet (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2016, 274). Et av spørsmålene i kategorien *trygg på reise* var: «I hvilken grad vil du vurdert reise-/ og ferieformål ut fra hvor du opplever det som trygt å reise?»

I hvilken grad vil du vurdere reise- og feriemål ut fra hvor du opplever det som trygt å reise?



Kilde: (NHO Reiseliv 2017, 29)

Som vi ser på figuren og tallene fra 2017 svarer omtrent 2/3 at trygghet i noen eller svært stor grad er med i vurderingen på hvor de vurderer å reise, en liten nedgang fra tallene fra 2016 (NHO Reiseliv 2017, 29). Likevel er andelen risikobeviste mennesker såpass høy at det illustrerer hvorfor en reiselivsaktør bør ha et bevisst forhold til hvordan de fremstår som en trygg destinasjon.

Internasjonal forskning viser også funn som i stor grad sammenfaller med den norske undersøkelsen. I en undersøkelse publisert i 2006 besvarte 1304 respondenter fordelt på Kina, Taiwan, Singapore, Malaysia, USA, Australia og Vest-Europa på en spørreundersøkelse om hvorvidt de ville endret reiseplaner på bakgrunn av hvordan de oppfattet risiko. Her brukte man også en skala med fem verdier fra 1: *veldig usannsynlig*, *usannsynlig*, *verken usannsynlig eller sannsynlig*, *sannsynlig* til 5: *svært sannsynlig*. Gjennomsnittet lå på 3,92 altså svært nær verdien sannsynlig (Law 2006, 296). Da det er forskjeller i metode, utvalg og analyseverktøy kan det være problematisk å sammenligne denne undersøkelsen med den norske, men samlet har de en overføringsverdi til reiselivsaktører i form av at de opplyser og inspirerer til kritisk tenkning når man skaper eller evaluerer destinasjoner for ulike turistsegmenter. Tallene kan også brukes til å argumentere for at bransjen bør vie denne tematikken oppmerksomhet, da den berører en potensielt stor andel av turistene. En måte å nyttiggjøre denne forskningen på, er å se den sammen med teorier om hvordan turistene vurderer risiko og trygghet ut fra ulike egenskaper de besitter, noe jeg redegjør for i det neste delkapittelet.

3.4 To tilnærminger til å forstå opplevd risiko blant turister

Siden opplevd risiko avhenger av perspektivene og vurderingene turistene selv foretar seg, kan reiselivsaktører ha stor nytte av å forstå mekanismene som kan ligge bak når avgjørelsene fattes på bakgrunn av dette fenomenet. Flere av artiklene som denne oppgaven er basert på bruker to perspektiver for å forklare opplevd risiko: Turistene kan ha egenskaper i form av gruppekulturer som nasjonalitet, eller de kan ha individuelle egenskaper og forutsetninger som former vurderingene de tar.

3.4.1 Det kulturelle aspektet på gruppenivå

Noen grupper av turister kan være mer sårbare ovenfor faktisk og opplevd risiko eller usikkerhet enn andre. En forklaring på dette fenomen finner vi i Hofstede, som skriver at man kan se fellestrekk basert på spesielle typer kulturer som kan være gjeldende innenfor et større geografisk område, for eksempel et helt land. Ulike samfunn har tilpasset seg til ulike typer usikkerhet, utrygghet og risiko på sine særegne måter på bakgrunn av kulturarv, og dette overføres og forsterkes gjennom sterke institusjoner som familie, skole og samfunnet forøvrig. Denne kulturforståelsen kan brukes til å forstå turistsegmenters behov for trygghet, da man står igjen med to kulturer: En kultur som er sensitive for utrygghet og usikkerhet, og en annen kultur som i mye større grad aksepterer risiko (2001, 145).

Ifølge Reisinger og Mavondo kan denne teorien med fordel vurderes av reiselivsaktører på spesielt to plan: Destinasjonsutvikling og markedsføring. Typiske land i den risikosensitive kulturen er Hellas, Portugal, Belgia, Japan, tidligere Jugoslavia og Spania. En måte å forbedre markedsføringen til turister fra disse kulturene er å kommunisere stabilitet, ro og sikkerhet på destinasjonen. I tillegg ble det oppfordret til å utvikle strategier for å tiltrekke seg potensielle turister fra slike kulturer ved å satse på produkter hvor man reiste i guidede grupper og gjerne over kortere avstander fra steder hvor de bor. Spesielt Japan ble trukket frem som det landet som scoret høyest når man målte hvor sårbare innbyggerne var for usikkerhet og risiko, og en spesifikk markedsføring mot dem som kundegruppe ble derfor anbefalt (2005, 222). Man bør gjøre grundige individuelle undersøkelser for hvert land som kan plasseres i denne kategorien, da kulturene vil være svært forskjellige innbyrdes i denne gruppen. På den andre siden av skalaen ble Danmark, Sverige, Hong Kong, Irland, Storbritannia, Malaysia, India og Filipinene brukt som eksempler på kulturer som ikke var særlig sårbare ovenfor usikkerhetsmomenter. Her ble det anbefalt å fortsatt markedsføre seg normalt, gitt at man er en trygg og sikker destinasjon i utgangspunktet, men i tillegg kunne man inkludere markedsføring av opplevelsesprodukter i større grad enn for gruppen som var mer sensitive ovenfor risiko og sårbarhet (Reisinger og Mavondo 2005, 222). Det er et viktig poeng at verden har utviklet seg en del siden denne artikkelen ble skrevet i 2005, og at reiselivsaktørene bør ha dette i bakhodet dersom de prøver å tilpasse seg etter et slikt perspektiv.

I likhet med Sirakaya, Sheppard og McLellan (1997), nevnt innledningsvis, kom også Reisinger og Mavondo frem til at både den risikosensitive og risikoaksepterende kulturen har en grense for når de vil avstå fra å bestille en tur eller kansellere den, men at grensene lå ulikt i henhold til hvor mye risiko og sårbarhet de aksepterte (2005, 222).

3.4.2 Individuelle faktorer for opplevd risiko

Det er flere individuelle faktorer som påvirker opplevd risiko som jeg ønsker å redegjøre for i denne oppgaven. Alder er en viktig faktor, og eldre voksne og godt etablerte par har ofte egenskaper som gjør de ekstra robuste mot opplevd risiko i forhold til andre grupper de kan sammenlignes med. Utdanning og sosial status er også vesentlige faktorer. Forskningen viser at turister med høyere utdanning og høyere sosial status generelt sett er mer opptatt av trygghet og sikkerhet, men at de samtidig i mindre grad bekymrer seg for risiko på ferie. Dette begrunnes med en teori om at jo høyere utdanning turister har, jo mer undersøkelser gjør de på forhånd, og slik reduseres den opplevde risikoen man kunne ha fått ved å ikke gjøre slike undersøkelser. Turistens erfaringer vil også ha en effekt på den opplevde risikoen. Et eksempel på dette er at «frequent business travelers» i mye mindre grad bekymrer seg for at ting kan oppstå på en forretningsreise enn fritidsreisende som ikke er reisevante (Rittichainuwat 2013, 205).

I denne konteksten finner man flere dilemmaer som kan være nyttige å belyse. Er det for eksempel slik at forretningsreisende i større grad minimerer risikoen ved å ta flere «fornuftige» valg når de reiser, og at det er derfor de bekymrer seg mindre? Eller handler det om at mer erfaring med reising herder personen, slik at man i større grad tar rasjonelle vurderinger som sammenfaller med den faktiske risikoen på stedene man besøker? Flere forskere argumenterer for at erfaringer med destinasjonen er svært effektivt for å minimere opplevd risiko eller andre bekymringer. Dette begrunnes med at for eksempel tidligere opphold gir et mer korrekt og positivt inntrykk av en destinasjon (Tasci og Boylu 2010, 181). Lengden på besøket er også en viktig faktor i denne sammenhengen. Jo lengre et opphold varer, desto bedre grunnlag har turisten for å slappe av og gjøre seg kjent på destinasjonen (Tasci og Boylu 2010, 189). Dette kan føre til at man sitter igjen med et mer korrekt og kvalifisert inntrykk av destinasjonen, enn om oppholdet er av kortere art. Tidligere definisjoner av hvordan man får erfaringer med destinasjonen kan med fordel diskuteres i

dagens kontekst. Milman og Pizam (1995) mente at dette var en dikotom variabel basert på faktiske tidligere opphold, enten hadde man vært der eller ikke (referert i Tasci og Boyle 2010, 181). Denne teorien er fra 1995 og svært mye har skjedd innen den teknologiske utviklingen de siste 25 årene. Vi har i dag i mye større grad tilgang på informasjon fra flere medier, og man kan derfor argumentere for at man kan erstatte effekten av å ha besøkt destinasjonen tidligere med grundige og gode forundersøkelser utført på egenhånd.

En spørreundersøkelse utført blant turister som dro til Kashmir i India hadde til formål å se hvordan opplevd risiko og trygghet endret seg før og etter at besøket var gjennomført. Kashmir har lenge slitt med alvorlige problemer som politisk uro og terrorangrep, og kan av den grunn omtales som et representativt eksempel på en destinasjon som har store utfordringer med å markedsføre seg som en trygg destinasjon. Studien viste at turistenes inntrykk av trygghet og sikkerhet var forbedret *etter* at de hadde gjennomført turen. Dette er interessant fordi at det kan si oss noe om hvordan media og andre kilder har en negativ innflytelse på potensielle turister (Chauhan 2007, 15).

Som tidligere nevnt ser man at turister med høyere utdanning og sosial status minimerer opplevd risiko ved å gjøre ulike undersøkelser før de velger destinasjoner. Björk og Kauppinen-Räsänen fant i tillegg ut at gruppen med turister som er sensitive for risiko og sårbarhet søker i betydelig grad mer informasjon fra aviser, reisebyrå, brosjyrer, guidebøker og reiselivsmesser enn gruppen med turister som sa at økt risiko ikke ville få dem til å endre reiseplanene sine. I tillegg utgjør venner og bekjente en viktig kilde til informasjon eller diskusjon som ofte brukes til beslutningsstøtte (2011, 320). Hvis vi ser på disse resultatene og sammenligner de med teorien til Rittichainuwat (2013) kan det se ut som at det er behov for mere forskning på dette området for å dekke noen interessante kunnskapshull. Rittichainuwat skriver at gruppen med høyere utdanning og sosial status er mer opptatt av trygghet og sikkerhet, og derfor gjør de flere forundersøkelser før de reiser. Man kan undersøke om dette er en gruppe som deler egenskaper med gruppen som Björk og Kauppinen-Räsänen beskriver som mer sensitive for opplevd risiko, og søker informasjon fra flere ulike medier, for å utvikle noen teorier om det er flere segmenter som har nytte av å gjøre forundersøkelser. Hvis man klarer å isolere flere grupper av turister som kan nyte store fordeler av slike forundersøkelser, kan man i større grad markedsføre seg mot dem på en måte som både gir dem informasjon de kanskje ikke var klar over at de trengte, eller tips til hvor de kan finne slik informasjon selv.

Kapittel 4 Drøfting

4.1 Hvordan kan man positivt påvirke individuelle egenskaper?

Det kan være problematisk og vanskelig å generalisere turister ut fra nasjonalitet eller en kultur som synes rådende innenfor en region, da det alltid vil være store forskjeller innad i slike store grupper. Man bør også være forsiktig med å stigmatisere turister slik at de føler seg satt i en bås på bakgrunn av hvor de kommer fra. På bakgrunn av dette vil jeg hovedsakelig fokusere deler av drøftingen min på tiltak som er ment å redusere den opplevde risikoen for enkeltindivider og ikke for grupper på bakgrunn av gruppekultur. Dette delkapittelet handler om hvordan ansvarliggjøring av turister, reiselivsaktører og andre etater/organisasjoner kan påvirke den opplevde risikoen i ulik grad.

4.1.1 Ansvarliggjøring av turistene

I artikkelen om opplevd risiko i Kashmir ble respondentene spurt om hvordan man kan forbedre inntrykket av regionen til potensielle turister. Et av tipsene som kom inn kan beskrives som en opplysningskampanje hvor myndighetene deler ut brosjyrer til turistene på strategiske steder. Brosjyrene, som skulle være på forskjellige språk, skulle inneholde informasjon om sikre og trygge steder, steder man må unngå, hvilke forhåndsregler man må ta når man går rundt i området, samt hvor man kan få hjelp hvis man havner i trøbbel. Slike brosjyrer skulle ikke bare hindre uønskede hendelser, men også forbedre årvåkenheten til turistene slik at de ikke skulle bli et offer for kriminalitet (Chauhan 2007, 15).

En slik tilnærming støttes av kriminologen Mawby som har utført en undersøkelse blant turister som hadde blitt utsatt for kriminalitet på ferie. I en artikkel diskuterer han fordeler med slike kampanjer, som at de reduserer den opplevde risikoen blant turistene ved å informere dem om farer og ting de skal unngå. I det lange løp mener også Mawby at slike opplysningskampanjer forbedrer sikkerheten og tryggheten på et generelt nivå, da opplysning og skolering av turister gjør dem deltagende i det kriminalitetsforebyggende arbeidet i nærmiljøet. Slik vil man få ned kriminaliteten på destinasjoner og spesielt kriminalitet som rammer turister, ved at turistene ikke gjør seg selv til offer for kriminalitet (2000, 119). Slike

kampanjer er omdiskuterte. Man kan omtale de som ansvarliggjøring av turistene, altså at man flytter deler av ansvaret over på turister, og at de kan klandre seg selv om de blir utsatt for kriminalitet «fordi de burde visst bedre». Dette bryter med det klassiske bildet om at det er gjerningsmannen som har all skylden og at det er samfunnsaktørene som skal forebygge at kriminalitet skjer.

Et kjent ordtak er at tillit er vanskelig å bygge opp, men svært enkelt å miste. Dette asymmetriske prinsippet er viktig å huske når man drøfter effekten av å opplyse turister om farer. Selv om hensikten med opplysningskampanjer kan synes fornuftig og forebyggende, kan de også slå uheldig ut. Ved å opplyse om farer, selv i en god hensikt, kan turister som ikke har registrert disse farene få et ublidt møte med en annen virkelighet enn de hadde fra før av. Opplysningskampanjer som informerer om den faktiske risikoen kan derfor slå uheldig ut, og de er egnet til å uroe eller skremme turistene. Dette problemet adresserer Mawby til en viss grad, men han mener at fordelene i det store bildet og lange løp rettferdiggjør hans synspunkt (2000, 119). Innholdet og kommunikasjonsformen i slike kampanjer bør derfor vurderes nøye.

Et annet spørsmål vi bør stille oss er når bør slike kampanjer iverksettes? Man kan argumentere for at man bør vurdere de potensielle ulempene ved å informere turistene før de kjøper reisen. Kanskje vil de vurdere risikoen som såpass høy at de enten avstår fra å bestille reisen, eller kansellerer den før avreise. Ved å informere turistene ved ankomst til destinasjonen står man igjen i fare for å skremme dem slik nevnt ovenfor. Det kan synes vanskelig å finne gode retningslinjer for når det er best å informere om risiko på en destinasjon, men uansett hva man går for vil utformingen av budskapet være svært viktig slik at førsteinntrykket ikke skaper uro, utrygghet eller angst basert på den opplevde risikoen man står i fare for å påføre turistene.

4.1.2 En felles dugnad for å øke tryggheten hos turistene

I tillegg til å ansvarliggjøre turistene til å ta gode valg, kan man også diskutere hvordan reiselivsnæringen kan bidra til å redusere opplevd risiko på ulike måter. Innledningsvis nevnte jeg Kóvári og Zimányis argument om at reiselivsnæringen i mye større grad må ta ansvar for å heve den faktiske og opplevde tryggheten ut fra gode risikovurderinger (2011, 60). I forlengelse av dette kan jeg se for meg at de som står i førstelinja på en destinasjon, altså de

første man møter som turist, i stor grad er med på å forme førsteinntrykkene man får. Dette kan være taxisjåføren på flyplassen eller ansatte på hotellet som resepsjonisten eller conciergen. Det er gjerne her turistene spør om tips og råd til hvordan man skal forholde seg på destinasjonen, for å få førstehåndskunnskap. Hvilket budskap de som møter turistene i førstelinjen kommuniserer, og ikke minst hvordan de kommuniserer det, kan ha mye å si for turister som man kan anta er sårbare for opplevd risiko eller som kan plasseres i kategorier som «lite reisevante».

I tillegg til ansvaret som hviler på reiselivsaktørene, kan man også se utover næringen og på andre etater som kan bidra positivt. Et visst potensiale kan vi finne hos politiet og andre som utfører lignende oppgaver. Dette potensialet ligger i at politiet kan opplyses om hvor viktig deres rolle er i et turismeperspektiv, og at politiet har svært mye å bidra med, dersom de i sine oppdragsløsninger har en turismevennlig tilnærming. Eksempler på dette kan være at politiet opplyses om hvor store økonomiske verdier som ligger i turismen, og grunnleggende behov internasjonale turister har for å føle seg trygge (Tarlow og Santana 2002, 430). Som tidligere nevnt kan turister være mere utsatt for hverdagskriminalitet enn lokalbefolkningen, og om turister utsettes for noe kriminelt kan det i stor grad ødelegge ferien og inntrykket deres av destinasjonen. Dersom turister kontakter politiet etter slike hendelser, kan god og trygg oppfølging fra ordensmakten være med på å gjenopprette den opplevde tryggheten på destinasjonen, og kanskje kan turistene gjenoppta ferien der de slapp.

En slik opplæring trenger ikke å være mere omfattende enn at noen lager en liten brosjyre eller nettside som man kan distribuere i ulike nettverk av yrkesutøvere som er i kontakt med turister. Dette er et tiltak som har få ulemper og et stort potensial. Det kan likevel være problematisk å få det til i praksis, da det er få kanaler inn til slike etater fra reiselivsaktører. Kanskje kan det være en løsning at reiselivets interesseorganisasjoner, som NHO Reiseliv, setter dette på agendaen for å påvirke til et slikt fokus på nasjonalt nivå. En slik skolering kan med fordel også forsøkes hos andre yrker som kan komme i kontakt med turister i ulike situasjoner, men som kanskje ikke har turisme som del av opplæringen sin eller er en del av næringen. Vektore i bybildet eller ansatte på offentlig kommunikasjon kan være eksempler på dette. Jeg har ingen kilder eller empiri på hvordan slike yrkesgrupper ser på sin rolle i forhold til turisme eller hvorvidt de faktisk har et turistvennlig fokus eller opplæring til det. Dette kan

det forskes videre på, i den hensikt å belyse et behov for å utarbeide en opplæring eller bevisstgjøring som foreslått over.

Åpenbare fordeler og ulemper med bevisstgjøring og ansvarliggjøring av turister og andre aktører er belyst i dette delkapittelet, og det kan synes komplisert å trekke noen generelle anbefalinger om hvordan man bør forholde seg til slike strategier ut fra litteraturen. Mere kvalitativ og kvantitativ forskning på slike strategier, i for eksempel norsk kontekst, kan synes svært hensiktsmessig før man iverksetter opplysningskampanjer eller delegerer ansvar utover turistnæringen, for å være bedre rustet til å ta bedre avgjørelser for hva man bør gjøre og hvordan man bør gjøre det.

4.2 «Trygghetsparadokset»

Bevisstgjøring og ansvarliggjøring av turister og aktører kan man si retter seg mot det individuelle, for eksempel en aktiv handling som er ment å påvirke turistene ved å presentere informasjon om farlige områder. Et annet perspektiv som jeg ønsker å drøfte opplevd risiko ut fra er sosiologiens teorier om hvordan samfunnet er bygd opp gjennom hvordan mennesker forholder seg til hverandre ved hjelp av kontrollmekanismer.

4.2.1 Formell og uformell kontroll

Sosial kontroll handler om hvordan individer påvirkes av andre, og man deler dette gjerne i to:

- Uformell kontroll er det som skjer mellom menneskene i samfunnet. Hva som er rett og galt fanges opp av nærhet til andre mennesker. Man oppmuntrer til ønsket sosial oppførsel samtidig som man påtaler uønsket sosial oppførsel slik at den opphører. Dette kalles primærkontroll og er en kvalitet ved nære relasjoner. Nærhet er et stikkord her, og trengs for at kontrollen skal fungere. I et kaldt samfunn hvor vi ikke har nærhet til andre, eller at vi står så langt fra hverandre at vi ikke bryr oss om reaksjoner fra andre når man gjør noe umoralsk eller forbudt, vil ikke den uformelle kontrollen ha noen virkning.

- Formell kontroll, eller sekundærkontroll, er den makten og kontrollen politiet, domstolene og andre skrevne normer og regler, ofte nedtegnet i lover og reglement, har på befolkningen. Alle som har en myndighet faller fort innunder denne kategorien, og det interessante her er at behovet for formell kontroll øker når nærmiljøene og de sosiale nettverkene ikke fungerer (Forebygging.no).

Jensen og Svendsen skriver at dersom vi klarer å få til en økning av tillit i samfunnet, og dermed en økning av uformell kontroll, vil det kunne føre til at den opplevde risikoen til turistene synker betraktelig. Grunnen til dette er at en økning av den uformelle kontrollen gjør samfunnet selvregulerende uten behov for formelle sanksjoner: De som er i ferd med å gjøre noe «galt», uavhengig alvorlighetsgrad, vil tvinges til å vurdere konsekvenser av at medborgerne dømmer de fremtidige handlingene som er i ferd med å skje. Dette er en måte å reparere problemer i et samfunn, lite eller stort, uten å sette inn politiet og med det signalisere utad at problemer eksisterer. Forskerne skriver at de nordiske landene i stor grad preges av høy tillit i samfunnet, og at dette gir oss et konkurransefortrinn da den allerede eksisterende uformelle kontrollen regulerer til en ønsket oppførsel etter normer av høy standard (2016, 6).

I lys av denne teorien kan dette være noe det norske reiselivet bør videreføre og inkludere i sine strategier og modeller der det synes naturlig. Tillit og uformell kontroll er sterkere på små steder enn i urbaniserte byer, ut fra en antagelse om at folk i større grad kjenner hverandre på de mindre tettstedene. På et mindre sted kan en større reiselivsaktør som et hotell bidra til, eller skape nærhet mellom innbyggeren ved å sponse arrangementer som vedlikeholder kjennskapen og samholdet i bygda, og innlede samarbeid med lokale aktører som kan vise disse verdiene til turister. I byene kan man til en viss grad gjøre det samme i bydelen man sogner til, for å skape nærhet mellom de som bor der. Denne oppgaven blir for liten til å gå i dybden på denne tematikken, men man ser at potensialet absolutt er tilstede for å skape trygghet og dempe opplevd risiko ved å styrke samholdet i nærmiljøet. På sikt kan slike tiltak være godt egnet til å dempe eksisterende kriminalitet eller fristelsen for å utføre kriminalitet, noe som også fører til lavere grad av faktisk risiko.

4.2.2 Negativ effekt av synlige sikkerhetstiltak?

Selv om det kan være store fordeler ved å øke samholdet slik at den uformelle kontrollen styrkes, kommer vi ikke bort ifra at vi også trenger formell kontroll. Men hva om det blir for mye formell kontroll? I dette delkapittelet drøfter jeg hvordan behovet for formell kontroll, som synlige vektere og politi eller fysiske sikkerhetstiltak, kan skape inntrykk av utrygghet. Vi skal også se hvor komplisert eller vanskelig det kan være for reiselivsaktører å navigere i dette farvannet.

Som jeg skrev innledningsvis hentet jeg inspirasjonen til denne oppgaven fra en tur til Israel. Da jeg gjorde undersøkelser før turen på nettstedet og fra bekjente, hadde jeg lav opplevd risiko og ingen spesielle bekymringer. Dette endret seg da jeg kom ut fra Ben Gurion-flyplassen i Tel-Aviv, og så at taxisjåføren min hadde en pistol synlig på hofta. Jeg husker at jeg ble forvirret og tenkte: «Er det så farlig her at selv taxisjåfører må gå med pistol?» Dette grublet jeg over på hele taxituren til hotellet som lå midt i turiststrøket, men turte ikke spørre om hvorfor han var bevæpnet. På hotellet møtte jeg først en bevæpnet vakt utenfor som ønsket meg velkommen, og i resepsjonen ble jeg sjekket inn av en ansatt som også hadde pistol i beltet sitt. Jeg opplevde en høy risiko, frem til jeg begynte å undersøke på Google hvorfor det var så mange våpen i Israel etter at jeg kom på rommet mitt. Da fant jeg ut at det faktisk var veldig vanlig i Israel at enkelte grupper gikk med pistol på seg, inkludert disse tre som jeg hadde sett i løpet av den første timen min i dette landet. Denne informasjonen roet ned den opplevde risikoen min såpass mye at jeg ganske snart sluttet å legge merke til de som gikk rundt med pistol i bybildet.

Dette var min personlige opplevelse av uproporsjonale høye sikkerhetstiltak i forhold til inntrykket jeg hadde av Israel før jeg reiste dit. Ifølge Kim og Wong (2006) er turister ekstra sårbare ovenfor negative inntrykk når de er på reise, og slike inntrykk kan lett overdrives og forsterkes til negative opplevelser (referert i Rittichainuwat 2013, 200). En bevisst tilnærming til synlige sikkerhetstiltak er derfor et naturlig tema å utforske i denne oppgaven.

Milman, Jones og Bach gjennomførte en spørreundersøkelse blant voksne turister i Florida på hvordan fysiske og synlige sikkerhetstiltak på hoteller påvirker deres opplevde trygghet. Ikke overraskende var dette et viktig tema for respondentene. Sikkerhetslås på romdøren,

kameraovervåkning, dørkikkert, streifvakter av de ansatte og alarmer på nødutganger var de fem høyest rangerte sikkerhetstiltakene for å øke deres opplevde trygghet, og undersøkelsen er godt egnet til å gi indikasjoner på hvor hotelleiere bør starte sikkerhetsarbeidet sitt (1999, 379). Et samfunn uten formell kontroll og sanksjoner er en utopi, og vi bør akseptere formell kontroll i hverdagen vår. Dette eksempelet fra Florida viser at sikkerhetstiltak er nødvendig for at folk skal føle seg trygge, men går det en grense her et sted? Dette tegner konturene av et paradoks som i stor grad er egnet til å ødelegge for reiselivsaktører og jeg har valgt å kalle det «trygghetsparadokset»: At en reiselivsaktør iverksetter eller implementerer sikkerhetstiltak for å fremstå som ekstra trygg (og dermed konkurransedyktig), men ender opp med at det blir for mye av det gode, slik at turistene eller kundene i stedet får en økning av opplevd risiko.

Rittichainuwat diskuterer hvordan synlige sikkerhetstiltak kan føre til endring i den opplevde risikoen til turister. Med synlige sikkerhetstiltak mener han godt synlige og regulerende elementer som metalldetektorer, gjerder og sementblokker i kjørebanelen. Tilstedeværelse av vakter, vektere og patruljering av politiet vil kunne påvirke hvordan mennesker oppfører seg i deres påsyn, og er dermed også en type synlige sikkerhetstiltak (2013, 199).

Noe av bakgrunnen for artikkelen var at Rittichainuwat ikke fant noen eksisterende konsensus blant reiselivsledere for hvorvidt slike synlige tiltak er egnet til å unødvendig skremme turister eller påvirke dem i kjøpsprosessen, men flere ledere og sikkerhetsansvarlige på luksusdestinasjoner uttalte at de opplevde synlige sikkerhetstiltak som upassende ovenfor gjestene. Målet med undersøkelsen til Rittichainuwat var å skape kunnskap som reiselivsnæringen kan benytte til å evaluere sikkerhetsopplegget i organisasjonen man driver (2013, 202). I artikkelen presenterte og diskuterte Rittichainuwat en spørreundersøkelse gjennomført av 476 internasjonale turister på Bangkok International Airport og resultatene var interessante for denne oppgaven. 46 % av respondentene følte trygghet ved synlige sikkerhetstiltak og 38,4 % var nøytrale. 15,6 % ble derimot skremt av å se slike tiltak. Hvis sikkerhetstiltakene ble forhøyet/økt i turistenes nærvær, svarte 32,8 % av respondentene at de ville bli skremt. 13,7 % ble i dette tilfellet betrygget, og 53,5 % sa seg nøytrale (2013, 207). Med andre ord kan vi ikke avskrive muligheten for at en større andel av turistene kan få en negativt ladet opplevelse av synlige sikkerhetstiltak. Spesielt den forhøyede prosentandelen av de som ble skremt etter innføring av ekstra sikkerhetstiltak er verdt å merke seg, og bør inspirere ledere innen reiselivet til å tenke ekstra godt over hvilke tiltak de innfører.

Akkurat som at noen grupper er mer sårbare ovenfor risiko og utrygghet, kan man også argumentere for at noen grupper bryr seg i større eller mindre grad om risiko og utrygghet basert på formålet med reisen. I tillegg kommer konteksten hvor man vurderer sikkerhetstiltakene inn som en viktig faktor. Backpackere som leier en bungalow trekkes her frem som et eksempel. Disse forventer ikke å se spesielle synlige sikkerhetstiltak på en slik type destinasjon. Dette segmentet kan derfor fornemme at det enten har vært eller fortsatt er farlig på destinasjonen siden sikkerhetstiltakene avviker fra andre tilsvarende destinasjoner. Et annet eksempel er turister på luksushotell som reiser i en spesiell anledning. De var svært sensitive til strenge sikkerhetstiltak fordi at det skapte usikkerhet og utrygghet basert på en fornemmelse av at noe fælt hadde skjedd like forut (2013, 211).

Slike funn kan diskuteres opp imot meninger og holdninger blant reiselivsledere om at synlige sikkerhetstiltak kan være upassende, og er egnet til å gjøre sikkerhetsarbeidet komplisert og vanskelig. Rittichainuwat skriver videre at dette fenomenet kan forandre seg i urolige tider. Da aksepterer de som reiser til en destinasjon strenge sikkerhetstiltak i mye større grad, og det kan til og med brukes i markedsføringen. Men, et viktig poeng er at dette må tones ned når man er tilbake i en normalsituasjon igjen (2013, 212).

Et siste aspekt ved sikkerhetstiltak som jeg ønsker å drøfte er at de kan koste mye penger. Dette må selvsagt tas med i betraktningen når man driver en destinasjon og vekt argumenter for og imot for eksempel innkjøp av vektertjenester eller en metalldetektor til inngangspartiet. Slevitch og Sharma undersøkte dette og konkluderte med at reisende faktisk er villige til å betale ekstra for produkter og opplevelser de oppfatter som tryggere enn alternativene (2008, 89). I det lange løp kan det derfor lønne seg, i et bedriftsøkonomisk perspektiv, men det fordrer at man gjør de gode vurderingene om hva man skal innføre og hvordan det skal fremstå for de besøkende, slik at man ikke skaper opplevd risiko for turistene.

Dersom man skal trekke noen slutninger ut fra dette delkapittelet, så kan det være at man bør basere et sikkerhetsopplegg ut fra de faktiske forholdene på en destinasjon, og ikke ut fra mindre opplyste beslutninger basert på magesfølelse eller antagelser. Kommer man først i den fellen at man begynner å skremme turistene med for mange synlige sikkerhetstiltak, kan det bli vanskelig og tidkrevende å snu et slikt dårlig inntrykk blant turistene.

4.3 En kobling av teori til norske forhold

Denne oppgaven er i stor grad basert på internasjonal forskning og internasjonale utvalg av respondenter eller informanter. For å skrive en oppgave som kan ha overføringsverdi til norske reiselivsaktører vil jeg drøfte litteraturen opp imot det vi kan kalle norske forhold eller det som kjennetegner Norge som destinasjon i forhold til andre deler av verden.

4.3.1 Har Norge et behov for å markedsføre seg som et trygt reisemål?

Norge og våre skandinaviske naboland er ansett som meget trygge land å reise til (Bloom 2019). Vi scorer høyt på parametere som lykke, tilfredshet, god og gratis tilgang på helsehjelp. Samtidig scorer vi lavt på kriminalitet, smittsomme sykdommer, politisk uro og sannsynlighet for naturkatastrofer. Dette innbyr til en avslappende ferie hvor man får ro i sjelen og slipper bekymringer (Furu 2017). Man kan derfor anta at Norge ikke har veldig utpregede problemer med å gi turister fra ulike kulturer opplevd trygghet, og dermed fravær av risiko, basert på slike inntrykk fra media. For Norges del er det nok derfor ikke i særlig stor grad nødvendig å integrere trygghet og sikkerhet i markedsføringen av destinasjoner, med mindre man har som mål å reversere et negativt inntrykk som har festet seg etter en krisesituasjon, noe jeg kommer tilbake til.

En måte å skaffe seg innsikt i hvordan omverdenen ser på Norge, er å se etter andre lands offisielle reiseråd til landet vårt, eller hva reisebyråer skriver om oss på sine informasjonssider. I skrivende stund er det vanskelig å finne disse reiserådene, på grunn av generelle råd og forbud mot å reise i forbindelse med viruspandemien. Canada er et av disse landene, men har i tillegg sine «normale» reiseråd for reiser til Norge synlig på de offisielle nettsidene sine: «There are no significant safety and security concerns. The overall safety and security situation is similar to that of Canada. You should take normal security precautions» (Government of Canada). Slike offentlige reiseråd forsterker inntrykket av at Norge er trygt, men at man må ta sine forhåndsregler, slik at man ikke setter seg i farlige situasjoner. Dette kan betegnes som å være i nedre del av skalaen når det kommer til å ansvarliggjøre turister for deres egen sikkerhet. Denne advarselen roper ikke ut hva eller hvor det er farlig, men heller at turistene oppfører seg likt på ferie i Norge som når de er hjemme i Canada. Det kan være nyttig

for reiselivsaktører å sette seg inn i andre lands reiseråd til Norge, da de kan gi god informasjon om hva man kan forvente av krav fra turistene.

Sonmes og Graefe (1998) påpeker at sensasjonssøkende medier har en stor påvirkning på hvordan potensielle turister vurderer og opplever risiko på destinasjoner (referert i Reisinger og Mavondo 2005, 223). Dårlig omtale, og dermed skade på inntrykket av Norge som reisemål, kan skje forholdsvis enkelt og hurtig når noe uønsket inntreffer, og de negative inntrykkene kan vedvare over lang tid, noe som gjør det ekstra utfordrende for destinasjoner å komme tilbake i markedet. Som jeg skrev i innledningen har også Norge opplevd omfattende kriser, som i internasjonal skala er oppsiktsvekkende og får vedvarende mediedekning og dertil negativ effekt på potensielle turister. I starten av viruspandemien fikk vi for eksempel en del mediedekning på at Norge var i toppen av antallet smittede (NTB 2020). I tillegg ser vi fra tid til annen at den røffe naturen i det langstrakte landet vårt dessverre skaper farlige situasjoner som flom, ras og snøskred.

Man kan derfor anta at norske reiselivsaktører i urolige tider kan hente mye på å ha et bevisst forhold til hvordan destinasjonen fremstår i ulike medier, hvilken informasjon de deler og hvordan de tilpasser markedsføring til ulike segmenter. Da vil turistene kunne finne holdepunkter som bidrar til en redusering av den opplevde risikoen, og kanskje kan man til og med i spesielle tilfeller kun markedsføre seg mot grupper som man vet har en høyere toleranse mot risiko. I tillegg kan man oppfordre turister til å innhente informasjon fra andre kilder enn nyhetsdekkende medier som gjerne fokuserer på uønskede hendelser. Alternativt kan man aktivt innlede samarbeid med tredjepartskanaler som har stor påvirkning på turister, for eksempel reiselivsblogger, magasiner, reiselivsseksjoner i avisene eller internettaktører som TripAdvisor. Enkelte bedrifter kan også vurdere å omstrukturere produkter til å utstråle trygghet og sikkerhet, dersom man ser åpenbare forbedringspotensialer ved dette.

Som tidligere nevnt skriver Rittichainuwat at en destinasjon må revurdere sikkerhetstiltak og markedsføring når man er tilbake i en normal drift etter en krise eller urolige tider, slik at man signaliserer trygghet og sikkerhet utad (2013, 212). Slik markedsføring og kommunikasjon kan være vanskelig og krevende, alt etter hvilken krise man går igjennom og hvor store følger det har for lokalsamfunnet og landet i sin helhet. Det er mange hensyn å ta, spesielt når det

kommer til omdømmet til en reiselivsaktør som kan oppleves som griske eller umusikalske om de starter en aggressiv markedsføring for raskt etter at man har kontroll på krisen.

4.3.2 Hva kan konsekvensene være av å innføre skjerpede sikkerhetstiltak i Norge?

Mennesker fra ulike land i verden er vant med å se mange synlige sikkerhetstiltak i dagliglivet, for eksempel på grunn av uroligheter eller forhøyet trussel om terror. Slike erfaringer kan *herde* turistene slik at de ikke legger merke til, eller bryr seg om uproporsjonale sikkerhetstiltak ut fra den faktiske risikoen de omgås til daglig. Dette kan bli en del av kulturbakgrunnen til turistene. På Times Square i New York ser man tungt bevæpnet politi hver dag, og i Paris patruljerer militære styrker i områder med mange turister.

Et dilemma som kommer til syne i denne sammenhengen er at turister fra slike kulturer (med mange synlige sikkerhetstiltak) kan oppleve en annen type risiko når de besøker Norge da det synlige, tilstedeværende politiet *mangler*. Vi lever i et av svært få land i verden hvor politiet ikke bærer våpen til daglig, og ofte når vi ser politiet i Norge er det fordi at *noe har skjedd*. Når turister som er vant med en høy tilstedeværelse av (bevæpnet) politi plutselig er på et sted hvor man ikke ser politi, kan det oppstå en kulturkræsje, og turistene kan tenke at her er det fritt frem for kriminelle, og at de savner at noen er tilstede for å passe på. Reiselivsaktører i Norge bør nok tenke ut hvordan de skal svare hvis turister spør dem om hvor politiet er. Gir man inntrykk av at «nei, de ser vi aldri noe til», uten å samtidig forklare at det er fordi at det faktisk aldri skjer noe, kan det forsterke en slik logikk hos turistene. På en annen side kan man stå i fare for å overdrive den faktiske tryggheten i området, slik at turistene ikke tenker konsekvenser av handlingene sine, og ikke tar normale forhåndsregler slik Canada oppfordrer sine innbyggere til. Dette temaet omhandles ikke i litteraturen jeg fant, og hadde vært interessant å forske videre på med for eksempel dybdeintervjuer av reiselivsaktører eller turister.

Konteksten man innfører sikkerhetstiltak i har med andre ord mye å si. I tradisjonelt trygge Norge kan det være vanskelig å forstå hvorfor man trenger spesielt synlige og inngripende sikkerhetstiltak. I tillegg kan det være vanskelig for norske aktører å vurdere hvordan de skal skape opplevd trygghet for internasjonale turister som kommer fra ulike kulturer.

Vi må heller ikke glemme destinasjoner i utlandet som markedsfører seg spesifikt mot norske turister, hvor reiselivsaktøren må gjøre tiltak for å dempe den opplevde risikoen blant nordmenn hvor både produsent og konsument befinner seg i en annen kontekst og kultur enn den norske. Er det nordmenn som starter reiselivsvirksomhet i utlandet bør de undersøke hva man må vite for å overholde dette landets sikkerhetsforskrifter, samtidig som man bør ta gode valg i hvordan man markedsfører seg mot de norske turistsegmentene.

Et tankekors i denne sammenhengen er turistsegmenter som faktisk søker risiko på reisen sin, som for eksempel en gruppe som reiser på teambuilding i en klatrepark eller ekstremsportsøkende turister som hopper i fallskjerm. Hvordan passer disse inn i dette bildet? Selv om slike segmenter utsetter seg for en viss risiko i aktiviteten de gjør, bør man forutsette at de likevel har høye krav til trygg og sikker gjennomføring av reisen sin, og at de i likhet med andre turister avveier de positive sidene med aktiviteten eller reisen med den opplevde risikoen. Om man tilbyr aktiviteter som innebærer risiko kan man dra fordeler av å være transparent med hvordan man vurderer og utfører sikkerhetsaspektene på destinasjonen sin. Dersom man driver en attraksjon med ekstremспорт-elementer og har en hjemmeside og en YouTube-kanal, kan man for eksempel møte sikkerhetskravene til kundene eller turistene ved å legge ut filmer hvor man demonstrerer eller diskuterer sikkerhetsrutiner og lignende.

Dette står i kontrast til diskusjonen om fordeler og ulemper ved opplysningskampanjer, men viser samtidig nytten av å kjenne produktet sitt samt hvilke segmenter man retter seg mot. I tillegg har man segmenter av turister som kan beskrives som risikosøkende i den grad at formålet med en reise er å overvinne utfordringer, farer og risiko for å bli et sterkere menneske. Dette er turister som kan finne på å sette seg i farlige situasjoner ved å oppsøke risikable områder som konfliktsoner eller nærhet til naturkatastrofer (Ritchie og Crouch 2003, 237). Det er nok ikke en veldig utbredt gruppe det er snakk om, men når vi i store deler av landet har storslått og ekstrem natur kan dette appellere til dem. Her kan destinasjonene oppleve utfordringer med at sikkerhetstiltakene som er gode nok for gjennomsnittsturisten ikke strekker til, og man står i fare for å oppleve uønskede hendelser med stort skadepotensiale. Det kan være vanskelig å identifisere slike turistsegmenter av ulike årsaker, som at de ikke ønsker å skape oppmerksomhet rundt aktivitetene sine da de kan utløse redningsaksjoner hvis de trækker feil. En løsning på dette er å skape god dialog med turistene slik at man kan skape trygge rammer og bedre forutsetninger for aktivitetene.

4.3.3 En farlig konsekvens av trygghetsparadokset

En ulempe som kan oppstå hvis reiselivsaktører fokusere for mye på trygghetsparadokset og hvordan turister påvirkes av opplevd risiko, er at man kan stå i fare for å bli handlingslammet eller har for lite sikkerhetstiltak på destinasjonen man driver. Det samme gjelder holdninger som at «synlige sikkerhetstiltak skjemmer turistene». For lite sikkerhetstiltak vil kunne øke den faktiske risikoen i omgivelsene man jobber i, og dermed potensielt den opplevde risikoen hos turistene som ser at disse sikkerhetstiltak mangler. Er det ikke brannslanger og merkede nødutganger i hotellkorridoren vil nok mange legge merke til dette. Dette viser at det kan være en balansegang mellom for lite sikkerhet og for mye sikkerhet, hvor konsekvensene av feil tilnærming kan bli store.

Et hovedpoeng fra denne oppgaven kan være at man må foreta veloverveide avgjørelser for hvor mye sikkerhet og trygghet man skal ha på en destinasjon. En basispakke av sikkerhetsprodukter er naturligvis lovpålagt, men ut over dette kan man høste frukter av et samarbeid med andre reiselivsaktører og private eller offentlige institusjoner for erfaringsdeling. Det finnes også ulike utdanninger og kurs innen risiko og sikkerhet som kan gjøre reiselivsaktørene i stand til å fatte de gode avgjørelsene innen sikkerhetsarbeidet på en destinasjon basert på bransjestandarder og forskning på sikkerhetsarbeid.

Kapittel 5 Avslutning

5.1 Avslutning

Denne oppgaven har belyst ulike sider av hvordan turister vurderer og opplever risiko, og hvordan reiselivsaktører kan forholde seg til dette, spesielt i en norsk kontekst. Trygghet og sikkerhet er noe av det aller viktigste for turister, og vi har sett på noen virkelige store konsekvenser av hva som kan skje når det oppstår uroligheter og risiko på feriedestinasjoner. Jeg sitter igjen med et inntrykk av at dette er et omfattende og komplisert tema, hvor det kan være lett å trække feil for de som jobber for å skape sikre og trygge destinasjoner. Man bør derfor diskutere sikkerhets- og trygghetsstrategier inngående slik at man kan se det fra flere ulike sider. Da kan man kanskje unngå kampanjer eller tiltak som kan slå uheldig ut for den opplevde risikoen og tryggheten for turistene.

Før jeg startet dette prosjektet hadde jeg forhåpninger om å finne banebrytende teorier som i stor grad kunne overføres til det norske reiselivet. Det kan diskuteres hvorvidt brorparten av teoriene som er brukt i denne oppgaven er relevante for trygge Norge. Vi får mange fordeler og positive ringvirkninger av et godt rykte og fravær av problemer, som mange destinasjoner i utlandet dessverre sliter med. Likevel mener jeg at faktorene og egenskapene som kan påvirke den opplevde risikoen til ulike turistsegmenter er viktige å kjenne til, også for norske aktører. Grunnen til dette er rett og slett at ingen har råd til å tape turister og omsetning som følge av at man oppleves som utrygge.

I skrivende stund er nesten hele verden i «lock down» på grunn av viruspandemien. Som nevnt fikk Norge en del negativ publisitet grunnet høye smittetall, og det blir interessant å se i hvilken grad, og eventuelt hvor lenge dette vil påvirke turistnæringen i Norge når vi er tilbake i normalsituasjon igjen. Det blir også interessant å se hvordan turismen i resten av verden påvirkes av denne krisen, og hvordan ulike sikkerhetstiltak som iverksettes kan påvirke turistene.

5.2 Begrensninger

Litteraturen som omhandler hvordan turister opplever og vurderer risiko kan kritiseres på flere måter. Yang og Nair problematiserer bruken av risiko-teori, eller rettere sagt en vag bruk av risiko-teori, i forskningen. Dette kan føre til utfordringer med validitet og relabilitet, at forskerne ikke får gode nok data basert på feil bruk av teori. Samtidig kritiserer de at selve definisjonen og operasjonaliseringen av *opplevd risiko*. Den spriker for mye, noe som gjør overføringsverdien mellom tekstene dårlig. I tillegg benyttes begreper som usikkerhet, bekymringer, frykt og angst om hverandre, noe som er uheldig da de har sine klare avgrensede definisjoner. Forfatterne ønsker en mer holistisk tilnærming til opplevd risiko velkommen, og med det skape en mer helhetlig litteratur som omhandler dette fenomenet (2014, 324).

Andre begrensninger i litteraturen kommer fra statistikken. Siden trygghet og lav risiko er så fundamentalt viktig for turistene, kan vi stole på statistikken? Tarlow og Santana diskuterer mulighetene for at reiselivsindustrien og justismyndighetene kan komme i fare for å praktisere en policy hvor «det som ikke er publisert, eksisterer ikke» og med det bevisst pynte på kriminalitetstallene sine for omverdenen (2002, 424). Dette er nok mere aktuelt for land som sliter med korrupsjon (og dermed lavere tillit i samfunnet) enn Norge. Likevel bør vi huske at mye av litteraturen er skrevet i en tidsperiode hvor normer og regler var noe annerledes enn hva de er i dag, og vi bør ha det i bakhodet når vi leser tekstene. Et annet aspekt vi bør tenke på når vi leser statistikk på kriminalitet mot turister er hvorvidt offeret selv anmelder eller rapporterer den kriminelle handlingen. Er man turist i et fremmed land kan dette være vanskelig og man ser i dag tendenser til at motivasjonen for å anmelde noe kommer av å få igjen noe på reiseforsikringen. Her må vi også huske at lover og regler har endret seg, og mye av det som tidligere var skambelagt eller ikke definert som kriminelle handlinger i mye større grad er det i dag.

5.3 Metodekritikk og forslag til videre forskning

En teoretisk oppgave har som nevnt visse begrensninger da den ikke kan forfølge sideveier og ideer man finner underveis i prosjektet ved å iverksette empiriske undersøkelser. Likevel anser jeg litteraturen jeg fant og benyttet i oppgaven som mangfoldig og av god kvalitet, noe som var kriterier jeg brukte i litteratursøket helt i starten av prosjektet. Men det må bemerkes at jeg ikke har funnet og lest absolutt all forskning på tematikken i denne oppgaven. Det er en teoretisk mulighet for at det eksisterer forskning som presenterer funn som bestrider eller bekrefter litteraturen jeg har benyttet meg av, noe som leseren av oppgaven må være klar over når den leses. I tillegg vil mine tolkninger av litteraturen også kunne ha en iboende svakhet med bakgrunn i mine fordommer og førforståelse som jeg omtalte i metodekapittelet.

Jeg har flere steder i oppgaven nevnt tema eller områder som det bør forskes videre på. I all hovedsak er det lite forskning på fenomener knyttet til opplevd risiko i en norsk reiselivskontekst, og da spesielt hvordan ulike turistsegmenter vurderer risiko og trygghet i Norge. Det hadde også vært interessant å ha kartlagt hvordan ulike turistsegmenter forholder seg til synlige og inngripende sikkerhetstiltak, og mer spesifikt hvor smertegrensen deres går i norske omgivelser, da det er her til lands at vi har nytten av å gjøre en forskjell. Dette kunne vært verdifull kunnskap for reiselivsaktørene og deres strategiutvikling og drift.

Litteraturliste

- Aas, Geir, Siv R. Runhovde, Jon Strype og Tore Bjørgo. 2010. *Trygghet i det offentlige rom – i åtte norske kommuner og bydeler*. PHS Forskning 2010:7. Lesedato 10. februar 2020:
<https://phs.brage.unit.no/phs-xmlui/handle/11250/175080>
- Aven, Terje. 2019. "Risiko." I *Store norske leksikon*. Sist endret 26. september 2019. Lesedato 11. februar 2020:
<https://snl.no/risiko>
- Björk, Peter, og Hannele Kauppinen-Räisänen. 2011. "The Impact of Perceived Risk on Information Search: A Study of Finnish Tourists." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3):306-323. Lesedato 9. februar 2020:
doi:10.1080/15022250.2011.593358.
- Bloom, Laura Begley. 2019. "Revealed: The Most Dangerous Places To Travel In 2020." *Forbes*. 18. november. Lesedato 6. mai 2020:
<https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2019/11/18/travel-2020-most-dangerous-places-greatest-safety-risks/#3e2e983d2196>
- Borch, Odd Jarl. 2019. "Katastrofeberedskap i bedriften – eksemplet arktisk reiseliv." *Praktisk økonomi & finans*, 35(3):231-237. Lesedato 6. februar 2020:
doi:10.18261/issn.1504-2871-2019-03-07.
- Cavlek, Nevenka. 2006. "Tour Operators and Destination Safety." I Mansfeld og Pizam (red.) *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*, 335-352. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Chauhan, Vinay. 2007. "Safety and Security Perceptions of Tourists Visiting Kashmir, India." *Advances in Hospitality and Leisure*, 3:3-17. Lesedato 9. februar 2020:
doi:10.1016/S1745-3542(06)03001-3.

Costea, Mihai, Cristian-Valentin Hapenciu og Pavel Stanciu. 2017. "Tourist Safety and Security: A Factor of The Competitiveness of Secondary Tourist Destinations." *Journal of Tourism - Studies and Research in Tourism*, 23(23):9-17. Lesedato 17. februar 2020:

<http://www.revistadeturism.ro/rdt/article/view/375/243>

Dalland, Olav. 2017. *Metode og oppgaveskriving*. 6. utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.

DSB (Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap). 2017. *Veileder for sikkerhet ved store arrangementer*. Tønsberg: DSB.

<https://www.dsb.no/veiledere-handboker-og-informasjonsmaterieell/veileder-for-sikkerhet-ved-store-arrangementer/>

Fonbæk, Dag. 2008. "- Trygghet viktigst på ferie." *VG*. 08. mai. Lesedato 5. februar 2020:

<https://www.vg.no/reise/i/rLMYJw/trygghet-viktigst-paa-ferie>

Forebygging.no (Helsedirektoratet). Sosial kontroll. Lesedato 17. februar 2020:

<http://www.forebygging.no/Ordbok/Q-A/Sosial-kontroll/>

Furu, Caroline. 2017. "Norge er det tryggeste landet å besøke i 2018." *ABC Nyheter*. 21. november. Lesedato 6. mai 2020:

<https://www.abcnyheter.no/reise/reisenyheter/2017/11/21/195349232/norge-er-det-tryggeste-landet-a-besoke-i-2018>

Government of Canada. Official Global Travel Advisory: Norway. Lesedato 6. mai 2020:

<https://travel.gc.ca/destinations/norway>

Helgesen, Ole Ketil og Lars Taraldsen. 2013. "- Statoil forstår ikke forskjellen på «safety» og «security»." *Teknisk Ukeblad*. 20. september. Lesedato 12. februar 2020:

<https://www.tu.no/artikler/statoil-forstar-ikke-forskjellen-pa-safety-og-security/234563>

Hofstede, Geert. 2001. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*. 2nd ed. Thousand Oaks, California: Sage.

- Jensen, Susanne, og Gert Tinggaard Svendsen. 2016. "Social Trust, Safety and the Choice of Tourist Destination." *Business and Management Horizons*, 4(1):1-9. Lesedato 17. februar 2020: doi:10.5296/bmh.v4i1.9232.
- Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Christoffersen. 2016. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 5. utg. Oslo: Abstrakt forlag.
- Johannessen, Lars E. F., Tore Witsø Rafoss og Erik Børve Rasmussen. 2018. *Hvordan bruke teori? Nyttige verktøy i kvalitativ analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kóvári, István, og Krisztina Zimányi. 2011. "Safety and security in the age of global tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism)." *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 05(3-4):59-61. Lesedato 16. februar 2020: doi: 10.19041/Apstract/2011/3-4/10.
- Law, Rob. 2006. "The Perceived Impact of Risks on Travel Decisions." *International Journal of Tourism Research*, 8(4):289-300. Lesedato 15. februar 2020: doi:10.1002/jtr.576.
- Mawby, R. I. 2000. "Tourists' Perceptions of Security: The Risk—Fear Paradox." *Tourism Economics*, 6(2):109-121. Lesedato 8. februar 2020: doi:10.5367/000000000101297514.
- McLeod, Saul. 2020. "Maslow's Hierarchy of Needs." *Simply Psychology*. 20. mars. Lesedato 11. mai 2020:
<https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- Milman, Ady, Foard Jones og Susan Bach. 1999. "The Impact of Security Devices on Tourists' Perceived Safety: The Central Florida Example." *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 23(4):371-386. Lesedato 16. februar 2020: doi:10.1177/109634809902300403.

- NHO Reiseliv. 2017. *Fritids- og feriereiser høsten 2017*. Høstgallup 2017 gjennomført av Kantar TNS på vegne av NHO Reiseliv. Lesedato 5. februar 2020:
<https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/babd90cbb7b04953bf9a25a7e931e3dd/fritidsreiser-og-ferier-hosten-2017.pdf>
- NOU 2006: 6 *Når sikkerheten er viktigst*. Oslo: Justis- og Politidepartementet.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/c8b710be1a284bab8aea8fd955b39fa0/no/pdfs/nou200620060006000dddpdfs.pdf>
- NTB. 2020. “Norge på fjerdeplass på smittetoppen. Bare tre land har flere koronasmittede per innbygger enn Norge.” *iTromsø*. 12. mars. Lesedato 15. mai 2020:
<https://www.itromso.no/ntb/iriks/2020/03/12/Norge-pa-fjerdeplass-pa-smittetoppen-21324284.ece>
- Reisinger, Yvette, og Felix Mavondo. 2005. “Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception.” *Journal of Travel Research*, 43:212-225. Lesedato 15. februar 2020: doi:10.1177/0047287504272017.
- Ritchie, J.R. Brent og Geoffrey I. Crouch. 2003. *The Competitive Destination – A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, Oxfordshire: CABI Publishing.
- Rittichainuwat, Bongkosh N. 2013. “Tourists’ Perceived Risks Toward Overt Safety Measures.” *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(2):199-216. Lesedato 8. februar 2020: doi:10.1177/1096348011425494.
- Rossen, Eirik. 2019. “Informasjonssamfunn.” I *Store norske leksikon*. Sist endret 8. november 2019. Lesedato 17. februar 2020:
<https://snl.no/informasjonssamfunn>
- Seabra, Cláudia, Sara Dolnicar, José Luís Abrantes og Elisabeth Kastenholz. 2013. “Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists.” *Tourism Management*, 36:502-510. Lesedato 15. februar 2020:
doi:10.1016/j.tourman.2012.09.008.

- Sirakaya, Ercan, Anthony G. Sheppard og Robert W. McLellan. 1997. "Assessment of the Relationship Between Perceived Safety at a Vacation Site and Destination Choice Decisions: Extending the Behavioral Decision-Making Model." *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 21(2):1-10. Lesedato 8. februar 2020: doi:10.1177/109634809702100201.
- Slevitch, Lisa, og Amit Sharma. 2008. "Management of Perceived Risk in the Context of Destination Choice." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9(1):85-103. Lesedato 9. februar 2020: doi:10.1080/15256480801910574.
- Tarlow, Peter E., og Gui Santana. 2002. "Providing Safety for Tourists: A Study of a Selected Sample of Tourist Destinations in the United States and Brazil." *Journal of Travel Research*, 40:424-431. Lesedato 8. februar 2020: doi:10.1177/0047287502040004009.
- Tasci, Asli D. A., og Yasin Boylu. 2010. "Cultural Comparison of Tourists' Safety Perception in Relation to Trip Satisfaction." *International Journal of Tourism Research*, 12(2):179-192. Lesedato 16. februar 2020: doi:10.1002/jtr.745.
- Yang, Chiao Ling, og Vikneswaran Nair. 2014. "Risk perception study in tourism: Are we really measuring perceived risk?" *Procedia - Social and Behavioral Science*, 144:322-327. Lesedato 16. februar 2020: doi:10.1016/j.sbspro.2014.07.302.