

EMNE: IKF210 – Bacheloroppgåve i friluftsliv og naturguide

En kvantitativ studie av Facebookgruppen «Toppturer i Nordvest»

-

med fokus på hvilken påvirkning den har på
turplanlegging og medlemmenes sikkerhet

Marte Namtvedt Aspunvik og Solveig Marie Løkken

Bachelor i friluftsliv og naturguide

Ord:
10 010



HØGSKULEN
I VOLDA

Forord

De tre årene vi har studert “Friluftsliv og naturguide” på Høgskulen i Volda har vært fantastiske. Denne bacheloroppgaven markerer slutten på vårt Volda-eventyr for denne gang, men vi kommer definitivt tilbake!

Vi vil først takke Sunnmøre for nydelig natur og opplevelser for livet. Takk til vår veileder Dag Erik Wold, for støtte og veiledning på skolen og i livet. Vi vil også rette en takk til tante Kristin for nødvendig lån av kontor på stølen i Hemsedal. Til slutt vil vi takke Markus Løkken, Anne Mette Onarheim og Jarl Aspunvik for korrekturlesing, tips og motiverende ord.

Takk til Astri Brandal Reynolds.

Sammendrag

I Norge finnes det mange facebookgrupper hvor medlemmer står fritt til å dele tips og erfaringer fra sine toppturer på ski. Det er en slik “topptur-gruppe” som står i fokus i dette prosjektet, og gruppen vi har valgt å fokusere på er “Toppturer i Nordvest”. Vi har valgt denne gruppen på grunn av relevansen i forhold til vår geografiske plassering. Medlemmene varierer i både kjønn og alder, men også i skierfaring, skredkunnskap og risikoaksept. Det er ikke alltid like lett å skille mellom de som vet hva de prater om, og de som ikke gjør det. I denne oppgaven har vi jobbet ut fra problemstillingen:

På hvilken måte brukes facebookgruppen “Toppturer i Nordvest” som et planleggingsverktøy for å dra på topptur om vinteren?

I mangel på tidligere forskning på temaet, skal vi presentere forskjellige teorier og sammenligninger som kan hjelpe oss med å svare på problemstillingen. Vi har valgt teorier om skredvurdering, menneskelige vurderinger og hvilken påvirkning sosiale medier har på mennesker.

Vi har benyttet kvantitativ metode for å samle inn så mye primærdata som mulig. Ved å bruke ferdig formulerte svar i spørreskjemaet, avgrenset vi informasjonsmengden til det temaet vi var interessert i å undersøke (Larsen, 2017, s. 51-52). Vi fikk god respons og 449 svar på undersøkelsen som gav oss interessante resultater.

I diskusjonsdelen av oppgaven vil vi se på disse resultatene knyttet opp mot teoriene vi presenterer. Hovedfunnene i denne oppgaven handler om de positive og negative effektene Facebookgruppen kan ha. Det kommer blant annet frem at innleggene motiverer folk til å komme seg ut på tur og har en positiv påvirkning på deres generelle friluftsinnterese. Videre ser vi på noen mer negative effekter gruppen kan ha på medlemmene, disse er direkte knyttet til sikkerhetsmessige hensyn. Det kommer frem i resultatene at noen av medlemmene bruker gruppen som verktøy for å vurdere skredforhold. Resultatene vitner også om at gruppenes medlemmer tar beslutninger som påvirkes av de menneskelige faktorene (Tremper, 2018, s. 288). Vi vil også ta for oss hvordan ulike mennesketyper oppfører seg i fjellet og hva dette har å si for beslutningstaking i turplanlegging.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	2
Sammendrag.....	3
1. Innledning.....	6
1.1. Formål.....	7
1.2. Problemstilling.....	7
2. Teori.....	8
2.1. Skred.....	8
2.1.1. Varsom og skredvarsling.....	8
2.1.2. Skredutstyr.....	8
2.1.3. Skredterreng.....	9
2.2. Sosiale medier.....	9
2.2.1. Felleskap.....	9
2.2.2. Påvirkning.....	9
2.3. Menneskelig faktor.....	10
2.3.1. Acceptance.....	11
2.3.2. Commitment.....	12
2.3.3. Expert halo.....	12
2.3.4. Social proof.....	12
2.4. Mennesker i fjellet.....	13
2.4.1. Stereotyper.....	13
2.4.2. “Tur over evne”.....	13
3. Metode.....	14
3.1. Valg av metode.....	14
3.2. Kvantitativ metode.....	14
3.2.1. Utforming av spørreundersøkelse.....	15
3.2.2. Pretesting.....	15
3.2.3. Utvalg.....	16
3.3. Validitet.....	16
3.4. Reliabilitet.....	17
3.5. Etikk.....	17
3.6. Førforståelse.....	18

3.7.	Kritiske funn.....	18
4.	Resultater/Datapresentasjon.....	19
4.1.	Bakgrunn.....	19
4.2.	Snøskred.....	21
4.3.	Egenvurdering.....	23
4.4.	Fokusspørsmål.....	24
5.	Diskusjon.....	27
5.1.	Sosiale medier.....	27
5.1.1.	Felleskap.....	27
5.2.	Bakgrunn.....	27
5.3.	Positiv bruk.....	28
5.4.	Gruppen som verktøy.....	28
5.5.	Menneskelig faktor.....	29
5.5.1.	Acceptance.....	29
5.5.2.	Commitment.....	30
5.5.3.	Expert halo.....	30
5.5.4.	Social proof.....	30
5.6.	Skred.....	31
5.6.1.	Verktøy for å vurdere skredforhold.....	31
5.7.	Mennesker i fjellet.....	32
6.	Konklusjon.....	33
6.1.	Videre forskning.....	34
7.	Referanser.....	35
8.	Vedlegg.....	38
8.1.	Følg brev.....	38
8.2.	Spørreundersøkelse.....	39

1. Innledning

Vi er to kvinnelige studenter ved Høgskulen i Volda som går siste året på Friluftsliv- og Naturguidestudiet. Gjennom tre år har vi lært mye om sikkerhet i vinterfjellet og farene det innebærer, men man blir aldri utlært i disse komplekse temaene. Vi har flere ganger tatt både praktiske og teoretiske skredkurs, i tillegg til over fem års erfaring med toppturer på ski. Vi er engasjerte skigåere på fritiden, og ny kunnskap har gjort oss ydmyke i forhold til egne beslutninger. Vi har fulgt med på “Toppturer i Nordvest” i et par sesonger, og har registrert enkelte anbefalinger og tips som vi opplever som urovekkende. Gruppen har tusenvis av medlemmer, men det er ingen regulering rundt hva eller hvem som får poste anbefalinger og informasjon. Dette er bakgrunnen for vårt valg av tema for oppgaven, hvor hensikten er å finne ut om innleggene styrker eller svekker sikkerheten til medlemmene.

“Toppturer er Norges nye folkesport” (Meirik, 2011). Mellom 2004 og 2017 har salget av toppturbindinger i Norge økt fra 20 til 9000 stk totalt (Kleiven, 2017). I 2021 frykter utstyrsprodusentene at de vil gå tom grunnet stor interesse for toppturer. Samtidig skriver NRK at Koronapandemien fører til at flere og flere skredkurs må avlyses. Ferske skigåere og mangel på organiserte skredkurs er en lite gunstig kombinasjon (Dalaker & Heggen, 2021).

I et innlegg publisert på “Toppturer i Nordvest”, spør en person om anbefalinger til “supertrygge toppturer” i nærheten av Ørsta. Innlegget får mange kommentarer. En anbefaler Levandehornet, “en trygg tur i Ørstaområdet, over 35 grader helling mot topp” med utsikt mot hav og tinder.

Dette er utdrag fra et nylig publisert innlegg i “Toppturer i Nordvest”, og er et tydelig eksempel på hvordan enkelte medlemmer benytter gruppen i turplanlegging. “Toppturer i Nordvest” er en stadig voksende gruppe på facebook med rundt 32 000 medlemmer. Det publiseres omtrent 10 innlegg om dagen, men antallet er veldig avhengig av vær og føre. Gruppen begynte som en nettside for turbeskrivelser, men har gjennom tidene blitt en side med lav terskel for bildedeling og anbefaling av turer. Tilsvarende grupper finner man eksempler på i hele Norge.

1.1. Formål

I Norge finnes det lite forskning på temaet rundt hvordan Facebookgrupper påvirker enkeltpersoners beslutnings- og risikovurdering i skredterreng. Formålet vårt er å belyse de ulike sidene ved denne gruppen, både de positive og negative. Vi ønsket å få kunnskap om hvem medlemmene er og hva de bruker innleggene til i sin turplanlegging.

1.2. Problemstilling:

Hvordan brukes facebookgruppen “Toppturer i Nordvest” som et planleggingsverktøy for toppturer i vinterfjellet?

2. Teori

Dette er kapitlet hvor vi redegjør for teorien relevant for prosjektet. Hensikten er å oppsummere og belyse den teorien vi benytter i drøftingskapitlet. Først skal vi introdusere teori knyttet til skred og sikkerhet i vinterfjellet. Deretter presenterer vi forskjellige aspekter av sosiale medier og hvilken påvirkning det kan ha. Til slutt tar vi for oss menneskelige faktorer og ulike mennesketyper i fjellet. Teoriene er utgangspunktet for diskusjon senere i oppgaven.

2.1. Skred

2.1.1. Varsom og skredvarsling

Varsom.no er en plattform, utviklet av MET (Metrologisk Institutt) og NVE (Norges Vassdrag- og Energidirektorat) for kunnskap og varsler om naturfarer. De har snøskredvarsling for de fleste regionene i Norge og de bruker en femtrinns fareskala. Skalaen gir et overblikk over hvor utsatt hvert enkelt område er, i tillegg til nøye beskrivelser av aktuelle skredproblem (Varsom, u.å.). De har også Snøskredskolen som formidler viktig kunnskap om snøskred, skredproblematikk, redning og mye mer. Hovedfokuset er å gi brukerne en kunnskapsbase og understreke viktigheten av å ha tilstrekkelig kompetanse før man beveger seg i utsatt terreng. De anbefaler folk på det sterkeste å ta skredkurs og presiserer at informasjonen de bidrar med, på ingen måte erstatter et kurs (Varsom, u.å.) Det er også skrevet flere bøker som kan bidra til ytterligere innføring i skredfaget eller som en repetisjon av skredkurset.

2.1.2. Skredutstyr

Skredskolen presiserer hvor viktig det er å alltid ha med seg skredutstyr når man skal ferdes i utsatt terreng. Det vil si, sender/mottaker, søkestang og spade. Dette er utstyr man bruker i kameratredning ved en eventuell skredulykke. Det er derfor like viktig å vite hvordan man bruker det. Man må øve ofte, helt til det sitter i ryggmargen, slik at man kan bruke det under verst tenkelige forhold (Varsom, u.å.).

2.1.3. Skredterreng

“Det utgjør ingen forskjell om du befinner deg i bratte vestlandfjell, eller rett ved siden av preparert løype i et alpinanlegg. Er det 30 grader eller brattere, og en viss høyde på henget, så kan skred løsne” (Varsom, u.å.). Skredterreng eller skredområder deles inn i tre deler: *løsneområder, skredbane og utløpsområder* (Nes, 2018, s.46). Dette handler om hvor skredet går fra, hvor skredet går, og hvor skredet og snøen tilslutt ender opp. “Det viktigste du kan gjøre for å unngå skredfarlig terreng er å gjenkjenne skredterreng” (Varsom, u.å.). Det er derfor viktig å kunne vurdere hva som er bratt nok på et kart, men like viktig er det å kunne vurdere bratthet ute i terrenget.

2.2. Sosiale medier

2.2.1. Felleskap

Jan Frode Haugseth har en doktorgrad i sosiologi, og har skrevet boken *Sosiale medier i samfunnet*. Her skriver han at koblingen mellom fellesskap og identitet er viktig. Han understreker viktigheten av personers tilhørighet til grupper som noe grunnleggende menneskelig. Menneskers utvikling avhenger av å være en del av noe større enn seg selv, hvor man lærer og får støttet egne tanker, meninger og ideer. Han skriver at gjennom sosiale medier blir personens egenskaper og preferanser en del av det som kommuniseres og at dette også henger sammen med motivasjonen for å hente og dele informasjon. Identiteten til medlemmene i ulike grupper blir altså grunnleggende for hvilken informasjon som blir delt (Haugseth, 2013, s. 59-61).

2.2.2. Påvirkning

Den kjente skredforskeren Bruce Tremper skriver i boken “*Staying alive in avalanche terrain*” at sosiale medier fører til mer risikoaksept. “Social media directly contributes to an escalation of risky behavior” (Tremper, 2018, s. 301). Han skriver at skillet mellom den virkelige og den virtuelle verden forsvinner. Det florerer av risikofylte skifilmer som ofte handler om å pushe grenser, hvor målet er å gjøre noe “crazier” enn den forrige (2018, s. 301). Han legger til at sosiale media ikke er utelukkende negativt. Den raske måten å kommunisere sanntidsdata på kan brukes til for eksempel skredvarsling. “We don't have any data to prove it, but it's possible that the increase in risky behavior because of social media is somewhat balanced by the increased exchange of critical avalanche information” (2018, s. 301).

I en forskningsartikkel skrevet av blant annet forskere fra “Center for avalanche research and education”, ønsket de å finne ut hvilken effekt menneskers personlighetstrekk har på deres valg av terreng (Mannberg et al., 2018, s. 1-3). Studien kommer blant annet frem til at skikjørere med lite erfaring og ferdigheter har like stor sannsynlighet for å kjøre brattere og mer utfordrende terreng, som dem med mye erfaring og gode ferdigheter. Videre skriver de at dette kan føre til at nybegynnere havner i terreng de ikke har kunnskap eller ferdigheter til å mestre. “The nature of avalanche terrain is a wicked learning environment” (Mannberg et al., 2018, s. 14) noe som vil føre til at disse uerfarne skikjørerne ikke får tilbakemelding på sine beslutninger og er derfor mer utsatt for å havne i risikofylte situasjoner senere.

Et annet resultat viser at sosiale ambisjoner har effekt på menneskers valg av terreng. De antyder at beundring av personer som kjører radikale linjer på ski fører til høyere aksept og preferanse for risikofylte valg (Mannberg et al., 2018, s. 14). Dette funnet støttes også av Benthin et al. (1993, s. 16), som finner en viktig kobling mellom sosial beundring og deltakelse i risikofylte aktiviteter. Videre viser analysen at personer uten skredkurs har større sannsynlighet for å kjøre i utsatt terreng, enn de som har tatt kurs. Forskerne foreslår at det vil være gunstig å innføre en refleksjonsdel i skred-seminar og kurs. Hvor deltakerne skal tenke over hvordan andres handlinger og preferanser påvirker deres valg i skredutsatt terreng (Mannberg et al., 2018, s. 16).

I et intervju innrømmer Eirik Bækken at sosiale medier påvirker skikjøringen hans: «skifilmer gir inspirasjon og motiverer ham til å bli bedre og gjøre større ting» (Brattlien, 2016, s. 85). Videre er han bekymret for at det kan føre til tap av respekt for skred, da det alltid går bra på film. Samtidig sier han at han ikke opplever skryting i sosiale medier fra folk som har blitt tatt av snøskred (2016, s. 85).

2.3. Menneskelig faktor

Den største faren du vil møte i vinterfjellet og skredterreng er ikke nødvendigvis snøen og været, men deg selv. I boken “Staying alive in avalanche terrain” introduseres leserne til de *menneskelige faktorene*, som er hovedårsaken til de fleste dødsfallene i skredulykker (Tremper, 2008, s. 279). Han snakker om mennesket som et uperfekt vesen som ofte tar raske beslutninger på intuisjon og impuls, og dette kan gjelde for både profesjonelle skikjørere og ferske skientusiaster. Det er menneskelig å feile.

Ian McCammon er anerkjent innenfor skredfaget, og har forsket mye på skredulykker og menneskelige faktorer. I en av hans artikler skriver han om “heuristiske feller” (2018, s. 290), som handler om at mennesker tar mange ubevisste beslutninger i løpet av en dag. For at ikke all tid og tankekraft skal gå med i beslutningsprosesser, lager man seg huskereglene eller heuristikker (McCammon, 2002, s. 1). Hvis en skigår i eksponert skredterreng tar slike mentale snarveier uten å lese snødekket, terrenget eller signaler riktig, kan det få katastrofale følger (2002, s. 1).

Ian McCammon har identifisert og kategorisert seks slike heuristiske feller, og de forkortes til “FACETS” (Tremper, 2018, s. 295). Tremper introduserer oss til disse i sin bok:

- Familiarity
- Acceptance
- Commitment
- Expert Halo
- Scarcity
- Social Proof and social facilitation

(2018, s. 295).

Vi vil nå introdusere de fire som er mest relevante for problemstillingen i denne oppgaven.

2.3.1. Acceptance

Tremper skriver at mennesker har en tendens til å oppsøke aktiviteter og situasjoner hvor vi kan vise oss frem (Tremper, 2018, s. 297-298). Vi søker aksept og respekt fra mennesker vi liker eller fra mennesker som vi ønsker skal like oss. Det gjelder både i små og store grupper, samt i forskjellige settinger. På skitur kan det forekomme at noen føler seg uenig eller nervøs over valg som blir tatt, men velger å unngå konfrontasjon i frykt for å ikke bli likt. Det kan også handle om at man tror andre har bedre kvalifikasjoner til å ta bestemmelser. I sosiale medier er det mange som tar stor risiko for at bilder eller videoer skal gå viralt, som videre kan føre til høyere status og popularitet. Det kan konkluderes med at risikoaksept ofte øker i forsøk på å imponere, enten bevisst eller underbevisst. For enkelte handler det bare om jaget etter anerkjennelse og beundring (2018, s. 297).

2.3.2. Commitment

Faktoren om “commitment” handler om at mennesker føler seg forpliktet til å følge planer og mål de har satt før en tur. Det kan også handle om forpliktelse til en identitet (Tremper, 2018, 298). En profesjonell skikjører må kjøre nye og spektakulære linjer for å opprettholde en følgerskare. McCammon sier at denne heuristikken handler om menneskers ønske om å opptre konsekvent mot både sine ord og handlinger (McCammon, 2002, s. 4-5). Har man satt et mål kan man bli mindre oppmerksom på kritisk informasjon som terrenget prøver å gi. Mennesker har en “.. tendency to believe that a behavior is correct to the extent that it is consistent with a prior commitment we have made” (McCammon, 2002, s. 4).

2.3.3. Expert halo

Denne faktoren handler om at vi mennesker har en tendens til å gjøre som “ekspertene” sier og gjør, og i de fleste tilfeller vil dette være positivt. “The problem comes when the expert is not really an expert” (Tremper, 2018, s. 299). I en gruppe på tur blir det ofte utnevnt en uhøytidelig “leder” eller “ekspert” blant dem. Dette er ikke alltid på grunn av skredkunnskap, men ofte på bakgrunn av sosial status, utseende, alder eller skiferdigheter (2018, s. 299). Tremper skriver om viktigheten av å ta egne vurderinger og lufte tanker med en gruppe når de ferdes i skredterreng, og fraråder folk å bare følge etter den som går først eller snakker høyest.

2.3.4. Social proof

Under denne faktoren finner man to hovedpunkter, hvor den første handler om at mennesker finner trygghet i mangfold. Risikoaksepten blir både bevisst og underbevisst høyere når man er på tur med flere. De beslutningene som er vanskelig å ta på tur alene, kan føles tryggere når man deler dem med et kjent turfølge. Det er da muligheter for at de andre kan grave deg frem i en eventuell skredulykke, men det kan fort bli farlig om man tenker slik. Mennesker legger også vurderinger over på folk de ikke kjenner, og dette finnes det tydelige eksempler på. Folk har en tendens til å stole blindt på tidligere lagte skispor, og velger ofte å følge etter andre de ser. Det er ikke sikkert de som har gått før deg har tatt gode vurderinger, men det gir ofte mange en falsk trygghetsfølelse (Tremper, 2018, s. 299-300). Ian McCammon undersøkte 598 skredulykker for å se om årsakene kunne trekkes til heuristiske feller (McCammon, 2002, s. 1). I 201 av disse ulykkene fulgte mennesker andre sine spor, eller gikk i nærheten av tidligere

lagte spor. De som spesielt lot seg påvirke av slike var hovedsaklig grupper med tre eller fire personer, hvor alle hadde skredkurs (2002, s. 6).

2.4. Mennesker i fjellet

2.4.1. Stereotyper

Kjetil Brattlien er ingeniør på NGI(Norges Geologiske Institutt) og forfatter av blant annet “Snøskred, livsviktig kunnskap” og “Den lille snøskredboka”. Han har laget en liste over stereotyper man møter i vinterfjellet.

- *Den vågale.* Adrenalinsøkende mennesker som jakter bratt terreng med høy risiko.
- *Den forsiktige.* Søker trygge og rolige turer som ikke innebærer mye risiko.
- *Den allsidige.* Skiglede er det viktigste, og det kan de finne både i bratt og slakere terreng.
- *Den trendy.* Søker turer som gir anerkjennelse og styrker image, ofte inspirert av sosiale medier og trender. Tenker ikke mye over risiko, men gjør det andre gjør.

(Brattlien, 2016, s. 117)

Bakgrunnen for denne kategoriseringen er at han selv har merket endring i egen oppførsel og målsettinger. Forskjellene handler hovedsakelig om risikoaksept, mål for tur og naturopplevelse, og i den optimale gruppen er det viktig at deltakerne har samme målsetninger. Brattlien mener at alle burde lage en liste over personlige grunner og holdninger til hvordan, hvorfor og hvor man drar på tur. Han anbefaler at man følger listen sin nøye, og at man diskuterer med potensielle turkamerater i forkant av en tur. Det kan være fort gjort å havne i ukomfortable situasjoner om ikke (Brattlien, 2016, s. 118).

2.4.2. Tur over evne

Nils Faarlund, kjent tindevegleder, forfatter og nestor, mener at slik personlige preferanser og begrensninger burde muntlig presenteres i et *ferdråd* før tur (Faarlund, 2016, s. 1). Han mener at man ut i fra dette enklere kan velge turer etter evne, og det betyr turer som man har overskudd og kunnskap til å ha glede av. “Gleden ved å ferdes i fri natur er viktigere enn å intensivere spenningen ved å duellere med livsfaren” (2016, s. 24).

3. Metode

I dette kapittelet skal vi ta for oss hvilken metode vi har valgt for å belyse problemstillingen. “Metode er en systematisk måte å undersøke virkeligheten på” (Halvorsen, 2008, s. 20). Larsen (2017, s. 17) sier at metoden er verktøyet, redskapet og fremgangsmåten vi må bruke for å skaffe ny kunnskap og viten. En kvantitativ metode fremhever oversikt og søker forklaring, mens en kvalitativ metode fremhever innsikt og søker forståelse (Tjora, 2017, s. 28). Vi skal nå forklare hvordan vi har gått metodisk frem for å samle inn data, avgrense utvalget, samt hvordan vi har forholdt oss til etikk, validitet og reliabilitet.

3.1. Valg av metode

Vi valgte å bruke en kvantitativ spørreskjemaundersøkelse, og bakgrunnen for dette er at vi ønsket større mengder data for å belyse spørsmålet vårt på en faglig og interessant måte. Vi ønsket å nå ut til store deler av populasjonen for å få oversikt over medlemmenes holdninger til, og oppførsel på facebookgruppen. Ved å bruke kvantitativ metode håper vi på stor bredde i undersøkelsen, og det gir oss en god mulighet til å generalisere resultatene. En slik metode gir også mulighet til å analysere resultatene med tabeller og figurer, og dette kan både være tidsbesparende og gi god oversikt over harddata (Larsen, 2017, s. 28).

Vi har hatt en pragmatisk tilnærming til metoden i den forstand at vi har vurdert underveis og hatt en fleksibel holdning til valg av metode. Dette kaller Larsen for *abduksjon* (2017, s. 24-25). Ved bruk av abduktiv tilnærming med en lukket datainnsamling, fikk vi muligheten til å bestemme hvilken informasjon vi skulle samle inn på forhånd (2017, s. 25). Tilnærmingen startet med bakgrunn i egne antagelser og erfaringer, men videre gjennom undersøkelsesprosessen vekslet vi mellom empiri og teori. Funn ble underveis i innsamlingen veid mot teori, hvor nye vinklinger ble belyst (2017, s. 25).

3.2. Kvantitativ metode

Vår spørreundersøkelse ble publisert på facebookgruppen «Toppturer i Nordvest», med link til “SurveyMonkey”, som var programvaren vi benyttet oss av. Vi la ved et følgebrev med informasjon om prosjektet, hvor vi forsøkte å motivere medlemmene til deltakelse (Larsen, 2017, s. 54). For å gjøre resultatene mer håndterbare og svarprosenten høyere valgte vi å bruke lukkede spørsmål med gitte svaralternativer. “Det krever større motivasjon fra

respondentenes side å besvare åpne spørsmål enn lukkede spørsmål” (Larsen, 2017, s. 51). Etter at undersøkelsen hadde vært tilgjengelig på gruppen i 72 timer hadde vi fått 451 svar med stor variasjon i respondentenes erfaringsnivå, kjønn og alder. Vi konkluderte med at det var et representativt utvalg enheter. “Unøyaktigheter kan oppstå i databehandlingen når det er snakk om et stort tallmateriale” (Larsen, 2017, s. 29). Dette var også en grunn for at vi valgte å fjerne undersøkelsen fra facebookgruppen etter angitt tid. Det var kun mulig for respondentene å svare på undersøkelsen en gang, og vi satt derfor igjen med 451 unike svar.

3.2.1. Utforming av spørreskjema

Spørreskjemaet ble bygget opp på følgende måte:

- Vilkår
- Demografiske spørsmål
- Skierfaring
- Skredkunnskap
- Sikkerhet/risiko relaterte spørsmål
- Bruk av facebookgruppen

Kategoriene i undersøkelsen overlapper hverandre til tider, noe vi gjorde bevisst for å kunne stille et par av fokusspørsmålene flere ganger med ulik struktur og formulering. Dette var for å se om respondentene besvarte dem ulikt. I formuleringen av spørsmål brukte vi Halvorsen sine “nyttige råd” som verktøy (Halvorsen, 2008, s. 144-145). Vi benyttet også teorien om menneskelige faktorer i skredterreng og risikovurdering for å avdekke medlemmenes kjennskap til temaet.

3.2.2. Pretesting

For at spørreundersøkelsen skal forstås og fungere godt er det viktig å teste den på personer som ligner respondentene (Halvorsen, 2008, s. 147). Vi sendte derfor undersøkelsen til en gruppe tidligere og nåværende klassekamerater, samt veileder, hvor av alle står på ski og mange er medlem av lignende grupper. Fordeler med pretesting er at vi får spesifisert uklare spørsmål, får forslag til svaralternativer og kan få fjernet eventuelt unødvendige eller irrelevante spørsmål (Halvorsen, 2008, s. 147). Etter pretestingen fikk vi kommentarer på at det ikke kom tydelig nok frem at vi snakket om topturer på ski. Vi la også til alternativet om at folk bruker gruppen til å se hvor det har gått folk, for så å gå andre steder. Utenom disse

endringene og spesifiseringene fikk vi tilbakemeldinger på at samtlige respondenter i pretestingen fant svaralternativer som passet for dem og at undersøkelsen var enkel å fullføre.

3.2.3. Utvalg

Når man foretar en kvantitativ metode er målet å kunne si noe om hele populasjonen som inngår i problemstillingen. I vårt tilfelle er dette medlemmene i “Toppturer i Nordvest”, og ved bruk av sannsynlighetsutvelging har vi nådd ut til et representativt utvalg respondenter. Vi benyttet enkel tilfeldig utvelging ved å poste undersøkelsen i gruppen. Det vil si at alle medlemmene i gruppen har hatt lik mulighet til å delta (Halvorsen, 2008, s. 158). Dette gir oss et godt grunnlag for å kunne generalisere resultatene som gjeldende for hele populasjonen. “Skal man trekke konklusjoner utover et utvalg med gyldighet, forutsettes det oftest at utvalget er trukket ved tilfeldighet” (Thrane, 2018, s. 107).

Samtidig var det frivillig for deltakerne å være med i utvalget, og dette kaller Halvorsen selvseleksjon (Halvorsen, 2008, s. 160). Dette kan bidra til å svekke muligheten til å generalisere utenfor utvalget, da medlemmene som har valgt å ikke svare, kan skille seg fra de som har deltatt (Larsen, 2017, s. 59). Det er vanskelig å regne seg frem til bortfall og svarprosent i denne spørreundersøkelsen, da vi ikke vet nøyaktig hvor mange som har sett den. Med våre 449 enheter, mener vi uansett at vi har et stort nok utvalg til å kunne trekke slutninger som kan være gjeldende for hele populasjonen.

3.3. Validitet

For å kunne trekke slutninger som er gyldige og relevante i forhold til problemstillingen må undersøkelsen også ha høy validitet. Spørsmålene og undersøkelsen må dermed “måle det vi faktisk skal måle”, samt gi oss resultater om det fenomenet vi forsker på (Larsen, 2017, s. 45).

Ved å benytte en anonym spørreundersøkelse er det mer sannsynlig at respondentene svarer ærlig, og det bidrar til å styrke validiteten (Larsen, 2017, s. 28). Samtidig var det viktig å stille de riktige spørsmålene for problemstillingen, dersom man ikke lykkes med dette er det fare for feilslutninger i resultatene. For å unngå slike feilslutninger har vi, som nevnt tidligere, stilt enkelte spørsmål flere ganger, men med ulik formulering. Det gir oss muligheten til å se etter sammenhenger mellom disse svarene. Ved at vi ikke lar respondentene svare åpent, kan dette også sette begrensninger for hvilken informasjon vi samler inn. Pretesting av undersøkelsen

hjelper oss med å legge til eventuelle spørsmål og svaralternativer, slik at alle enhetene finner svaralternativ som er gjeldende for dem. Dette vil kunne gi oss best mulig grunnlag til å besvare problemstillingen vår.

3.4. Reliabilitet

Reliabilitet handler om å sikre pålitelighet og nøyaktighet. Grønmo skriver om to hovedtyper reliabilitet, den ene er ekvivalens. Det handler om hvor store variabler det er på innsamlet data fra forskjellige personer i samme undersøkelsesopplegg (Grønmo, 2016, s. 243). Det vil si at reliabiliteten er høy dersom undersøkelsen fungerer på samme måte uavhengig av hvem som tar den. Det er derfor viktig at spørsmålene i spørreskjemaet vårt er presise. For å sikre dette har vi for eksempel spurt deltakerne om antall turer de går, i stedet for å spørre dem om de går ofte eller sjeldent på tur. I seks av spørsmålene ble deltakerne bedt om å vurdere hvor enige de er i ulike påstander ved bruk av en skala fra en til fem. «Hvis det er store forskjeller mellom indikatorene med hensyn til hvilken holdning de indikerer, har skalaen lav reliabilitet.» (2016, s.244). Forskjellen mellom indikatorene i de aktuelle spørsmålene er ikke store, dette vil på den andre siden resultere i høy reliabilitet i form av ekvivalens (2016, s. 244).

Den andre hovedtypen reliabilitet, handler om hvor stabil dataen om et fenomen er på ulike tidspunkt. (2016, s. 242). Reliabiliteten er høy dersom man kan få lik data om samme fenomen ved bruk av samme undersøkelsesopplegg på to ulike tidspunkt. Dette sikrer vi ved å ha høy ekvivalens på spørreundersøkelsen. Det er likevel mulig at resultatene fra samme undersøkelse hadde fått annerledes resultat om for eksempel to år. Dette kommer av reelle endringer i forholdene vi studerer (Larsen, 2017, s. 47). Det er tenkelig at om to år vil det være lov med skredkurs igjen, noe som kan være med på å påvirke eventuelle resultater i en oppfølgende undersøkelse.

3.5. Etikk

De etiske aspektene i forskning handler om at det enten er samfunnets behov for ny kunnskap eller enkeltpersoners rett på privatliv som skal vektlegges (Halvorsen, 2008, s. 246). For å kunne tilfredsstille begge sider av dette problemet startet vi spørreundersøkelsen med noen vilkår som respondentene måtte godta for å kunne brukes i resultatene. Her ba vi om samtykke til at data de leverte kunne brukes i vår og evt videre forskning, at deltakelse var

frivillig og informasjon om at personer og data var helt anonyme. I dataprogrammet vi brukte til spørreundersøkelsen var det mulig å lagre svar uten ip-adresse, og da har vi ingen mulighet til å spore opp noen av enhetene. Av 451 respondenter var det to som ikke godtok disse vilkårene, og disse ble da ekskludert fra resultatene.

3.6. Førforståelse

Vi er to kvinnelige skikjørere som går mye på tur i fjellet om vinteren. Sikkerhet, med tanke på skred og andre farer vi kan møte på, har et stort fokus hos oss. Vi har etter hvert skjønt at jo mindre man vet om sikkerhet i fjellet, jo mindre redd er man. Det har blitt en slags hobby for oss å følge med på andres oppførsel på tur. Å følge med på sporlegging, nedkjøring og andre beslutninger som tas, observerer vi med stor fascinasjon på trygg avstand. På samme måte har vi observert facebookgruppen over en lengre periode. Vårt inntrykk av siden er at den hovedsakelig er en arena for «skryteinnlegg». Samtidig blir vi selv påvirket av sosiale medier og er bevisst på at det til tider spiller en rolle i vår beslutningstaking i fjellet. Vi har også selv benyttet innlegg som dreier seg om rent praktisk informasjon, som for eksempel om en vei er vinterstengt.

3.7. Kritiske funn

I arbeidet med denne oppgaven har vi blitt oppmerksomme på noen justeringer vi kunne ha gjort på spørreundersøkelsen. På spørsmålet om hva respondentene bruker informasjonen fra facebookgruppen til i turplanleggingen, ville det vært gunstig å ha med et alternativ hvor medlemmene kunne formulert eget svar. Dette ville bidratt til å dekke eventuelle andre bruksområder. For å kunne si noe mer om hvilke mennesketyper medlemmene identifiserer seg med, kunne vi også formulert et spørsmål rettet mer direkte mot Bratliens teori om stereotyper i fjellet.

4. Resultat

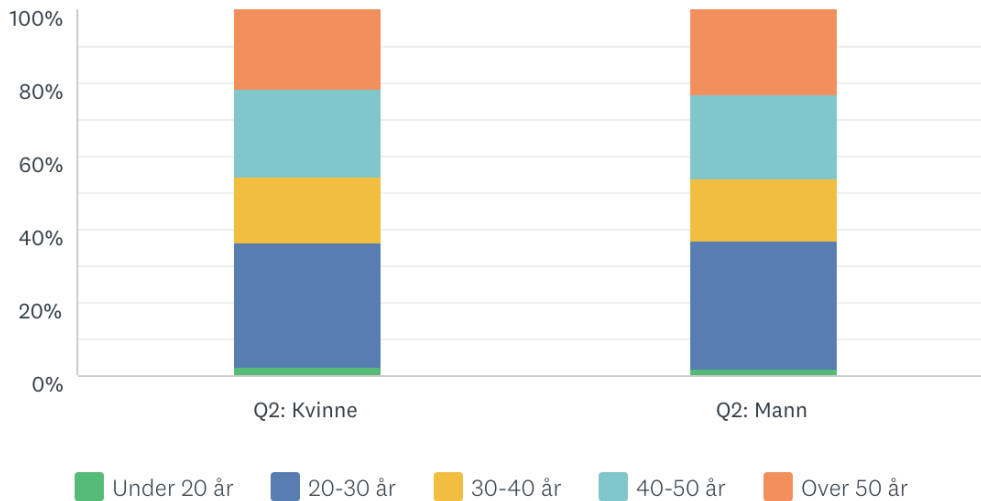
I denne delen av oppgaven skal vi gå gjennom harddata fra spørreundersøkelsen. Vi ser både på respondentenes svar innenfor enkelte spørsmål separat, men vi har også valgt å sammenligne svar på forskjellige spørsmål. Dette har vi gjort for å se etter potensielle årsaker og koblinger. Disse univariate og bivariate analysene presenterer vi ved hjelp av grafiske fremstillinger (Larsen, 2017, s. 63-70). For å gjøre det så oversiktlig som mulig har vi delt resultatene inn i fem kategorier. Disse vil vi presentere i følgende rekkefølge.

- Bakgrunn
- Snøskred
- Egenvurdering
- Fokusspørsmål

Vi publiserte spørreundersøkelsen vår den 10.03.21 kl 14:45, og tok den ned etter 72 timer. Den ble publisert i en periode med gode snø og værforhold, noe som førte til mye aktivitet på facebookgruppen. Da vi fjernet undersøkelsen, hadde vi fått 451 svar. Av disse var det en respondent som ikke godtok vilkårene, samt en som valgte å hoppe over dette spørsmålet. Disse svarene har vi fjernet og de er ikke med i datagrunnlaget. Vi sitter igjen med 449 unike enheter i utvalget vårt.

4.1. Bakgrunn

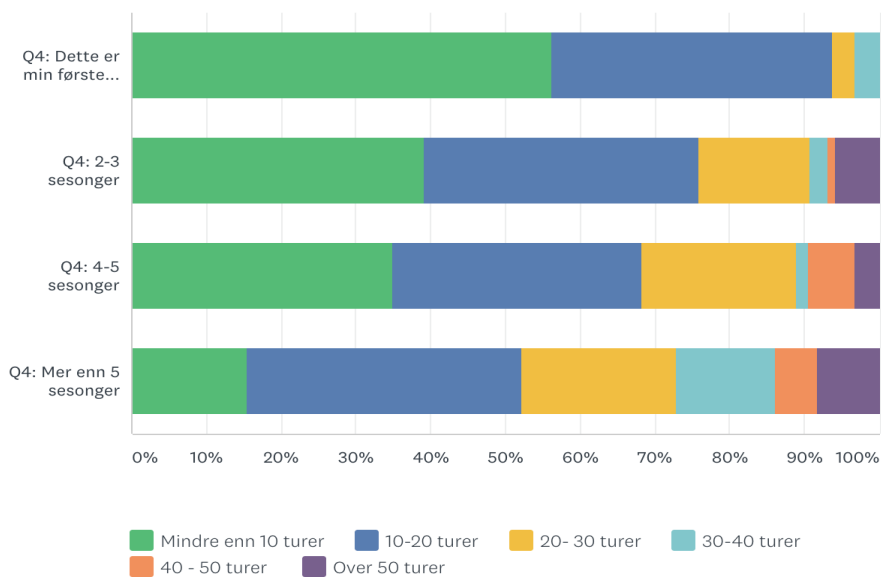
Resultatene viser en jevn fordeling i både kjønn og alder hos deltakerne. Det totale utvalget består av 57,24% kvinner og 42,76% menn. 34,08% av disse er i aldersgruppen 20 til 30, og kun 2,45% er under 20 år. De resterende enhetene fordeler seg jevnt i kategoriene 30 til 40 år, 40 til 50 og over 50 år. Kjønnfordelingen er også veldig lik innenfor de forskjellige aldersgruppene (figur 1).



Figur 1. Kjønnfordeling i aldersgrupper.

Det er mange som har erfaring med toppturer, det ser vi tydelig med at det er 59,38% av enhetene som har gått mer enn 5 sesonger. Det er 14,06% som har 4 til 5 sesonger og 19,42% som har erfaring fra 2 til 3 sesonger. Kun 7,14% er i sin første topptursesong.

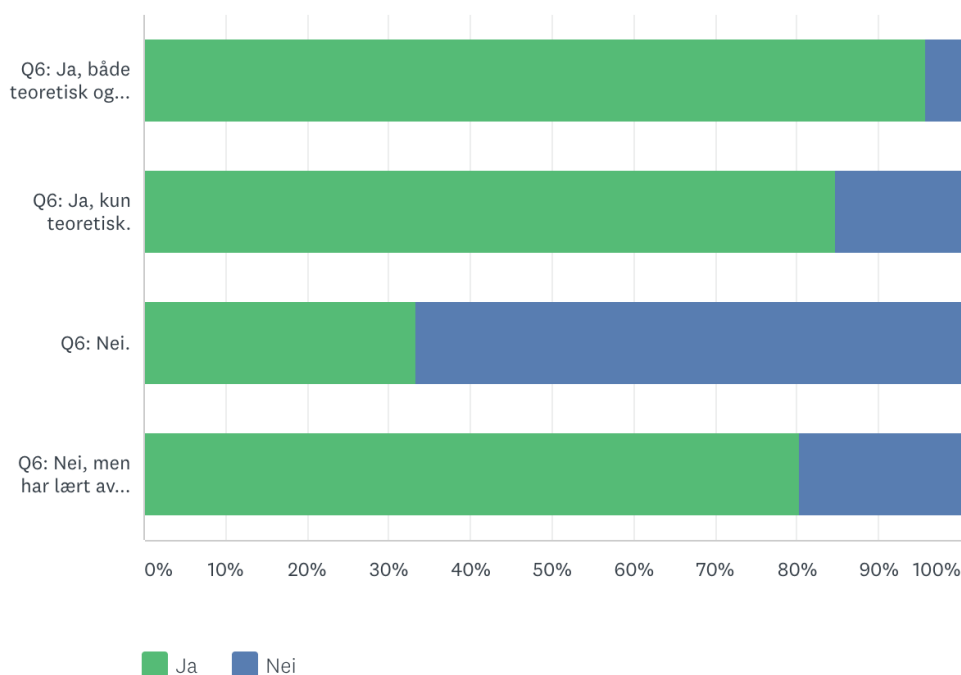
Mange i utvalget har altså flere års erfaring med å gå topptur, men det kommer frem at variasjonen er stor når det kommer til antall turer de går i løpet av hver sesong. Det er 25,84% som går mindre enn 10 turer, flertallet med 36,30% går mellom 10 og 20 turer per sesong. Videre er det 31,4% som går mellom 20 og 50 turer, mens kun 6,46% sier at de går over 50 turer hver sesong. Når vi ser på sammenhengen mellom antall sesonger og antall turer per sesong, ser vi tydelig at det er de med flere års erfaring som går flest turer (figur 2).



Figur 2. Variasjoner i antall turer per sesong i utvalget.

4.2. Snøskred

I spørsmålet om enhetene har tatt skredkurs, kommer det fram at hele 41,78% har tatt både praktisk og teoretisk skredkurs. 16% har kun teoretisk skredkurs. Videre er det 28,67% som ikke har noen form for skredopplæring, mens 13,56% sier at de har lært av andre. Det er 73,94% som sier at de har skredutstyr, mens 26,06% har ikke. Her har vi spesifisert at skredutstyr er sender/mottaker, spade og søkestang. Vi ser at blant de som har gjennomført fullstendig skredkurs, har 95,72% skredutstyr. Blant personer som ikke har kurs ser vi at 66,67% heller ikke har skredutstyr (figur 3).

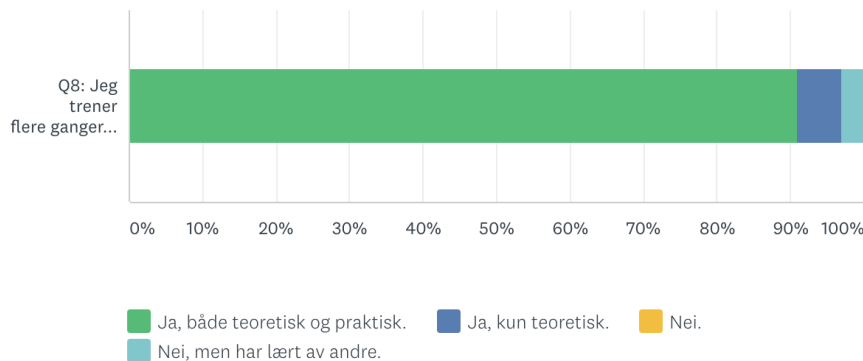


Figur 3. Sammenheng mellom kursnivå og om enhetene har skredutstyr.

Vi får varierte svar i spørsmålet om trening med skredutstyr. Her er det 23,39% som sier at de ikke har skredutstyr. Det er 4,45% som svarer at de har utstyr men aldri har testet det. Hele 30,73% har skredutstyr, men de har ikke testet eller trent siden de lærte seg å bruke det. 34,07% sier at de trener enten i starten av hver sesong, eller en til to ganger i løpet av hver sesong. Det er kun 7,35% som sier at de trener på å bruke skredutstyret flere ganger i løpet av en sesong.

Vi så nærmere på koblingen mellom respondentene med fullstendig skredkurs og hvor ofte de trener med skredutstyr. Vi fant at blant de som trener flere ganger i løpet av hver sesong, har

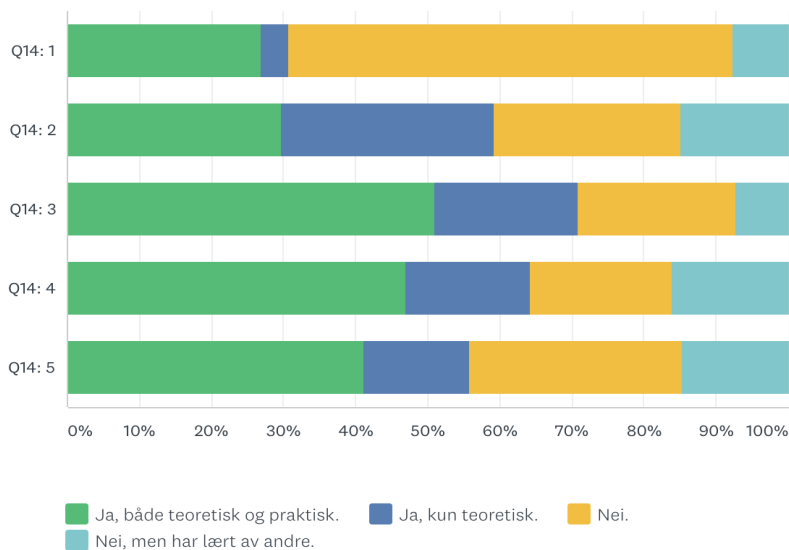
90,91% tatt både praktisk og teoretisk skredkurs. Blant disse er det ingen som svarer at de ikke har skredkurs (figur 4).



Figur 4. Kursnivå på de som trener med skredutstyr flere ganger i løpet av hver sesong.

På spørsmålet om respondentene hadde vært utsatt for en skredhendelse, svarte 5,35% ja og 51,45% nei. 21,83% svarte at de kjenner noen som har vært utsatt for en skredhendelse, mens 21,38% svarte at de har vært utsatt for noe, men at det ikke var dramatisk.

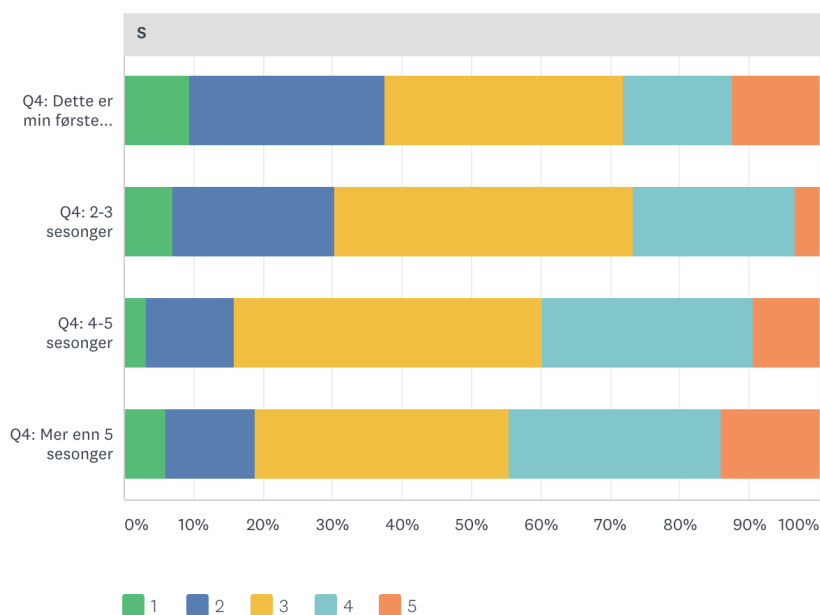
Enhetene skulle rangere hvor redd de er for å bli tatt i skred, på en skala fra 1 til 5. Her svarte 75,95% at de var over middels, 12,25% svarte middels og 11,8% var under middels redd for å bli tatt i skred. Når vi sammenligner redselen for skred med gjennomført skredkurs, ser vi at en stor del av dem som ikke er redd for skred, heller ikke har noen form for kursing.



Figur 5. Sammenheng mellom kursnivå og hvor redd respondentene er for å bli tatt i skred. Tallene på y-aksen representerer en egenvurdering av enhetene sin redsel for å bli tatt i skred på en skala fra 1-5, hvor 1 er minst redd og 5 er mest.

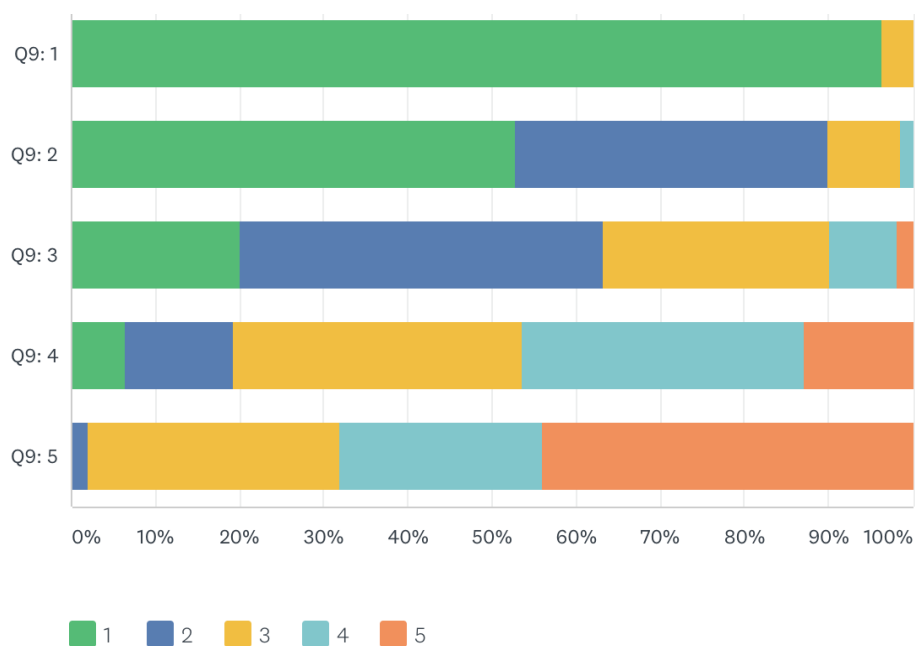
4.3. Egenvurdering

En stor del av undersøkelsen gikk ut på at deltakerne skulle vurdere, på en skala fra en til fem, hvor enig de var i ulike påstander. Påstanden “Jeg er veldig god på ski/brett” gav veldig varierte resultater, her er 39,06% over middels enig. 38,84% vurderer seg selv som middels, mens 22,1% som under middels. Vi så på sammenhengen mellom erfaring med topptur i forhold til respondentenes rangering av egne skiferdigheter. Her kom det tydelig frem at det ikke nødvendigvis er en sammenheng mellom de to. Blant respondentene som er i sin første topptursesong er det 12,50% som rangerer seg selv som veldig god på ski. Samtidig ser vi at blant de som har gått over fem sesonger er det 13,96% som rangerer seg som veldig god (Figur 6).



Figur 6. Sammenheng mellom antall sesonger med toppturerfaring og vurdering av egne skiferdigheter på en skala fra en til fem, hvor en er minst og fem er mest.

På spørsmålet om hvor glad de er i å kjøre fort og i utfordrende terreng, svarer 24,83% at de er over middels glade i det. Det er 25,06% som svarer middels og 50,11% som svarer under middels. Det er en åpenbar kobling mellom vurdering av egne skiferdigheter og preferanser. Av de som sier at de ikke er så gode på ski/brett, liker fåtallet å bevege seg ut i bratt og utfordrende terreng (figur 7).



Figur 7. Sammenheng mellom egenvurdering av skiferdigheter og preferanser rundt terreng og hastighet. Tallene på y-aksen representerer enhetenes egenvurdering av skiferdigheter, og x-aksen viser hvor glad de er i å kjøre fort og i utfordrende terreng.

På påstanden om hvor flinke deltakerne er på å vurdere skredfaren på turene de går, svarer 38,76% at de er over middels flinke. 37,19% svarer at de er middels, mens 24,05% at de er under middels flinke på å vurdere skredfaren.

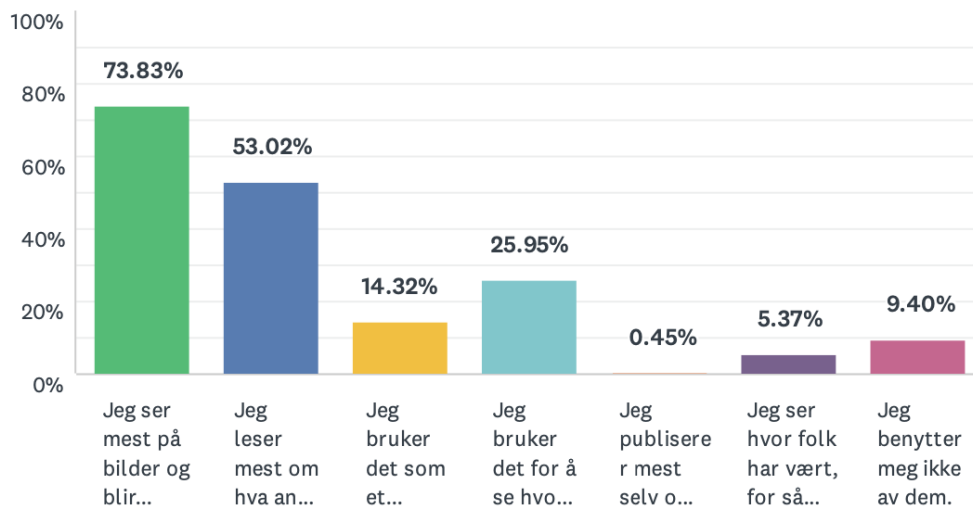
Vi spurte også om deltakerne bruker Varsom i turplanlegging, her svarer hele 75,89% at de bruker det. 6,25% svarer at de bruker det middels og 17,86% at de bruker det under middels i turplanlegging. Videre spurte vi om medlemmene bruker innlegg fra “Toppturer i Nordvest” i turplanlegging, her svarer 29,98% at de bruker de over middels. 24,16% svarte middels, mens 45,87% svarer at de benytter seg under middels av innleggene.

4.4. Fokusspørsmål

I denne delen av oppgaven skal vi ta for oss de spørsmålene som er direkte knyttet til problemstillingen. Her er fokuset på å kartlegge hva respondentene bruker facebookgruppen til. På disse spørsmålene var det mulig for deltakerne å velge flere av svaralternativer.

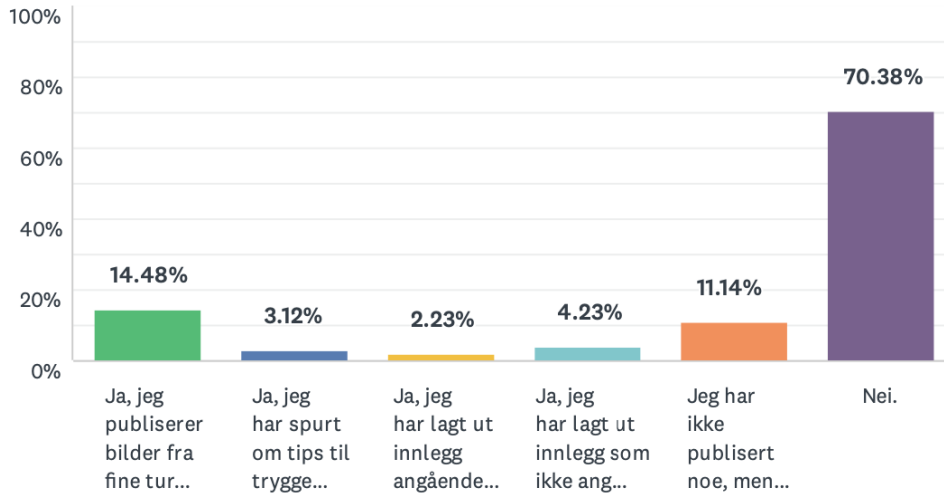
Vi spurte deltakerne om hvilke informasjon fra innlegg i “Toppturer i Nordvest” de benytter seg av i turplanlegging. Her kommer det frem at de aller fleste bruker innlegg fra

Facebookgruppen i turplanlegging, og kun 9,40% svarer at de ikke benytter seg av dem. Vi ser at flesteparten, 73,83%, blir inspirert til å gå på nye topper ut fra bilder de ser på gruppen. Videre bruker 53,02% gruppen til å lese om hva andre medlemmer sier om snøforhold i ulike områder. 14,32% har svart at de bruker informasjon fra gruppen som verktøy for å vurdere skredforhold. Det kommer også frem at 25,95% bruker innlegg for å se hvor andre har vært, slik at de kan gå trygge turer hvor det allerede har gått folk. På den andre siden var det 5,37% som svarte at de ser hvor folk hadde vært, for så å velge andre turer hvor det ikke hadde gått noen. Kun 0,45% har svart at de publiserer mest selv og ikke ser så mye på hva andre legger ut (figur 8).



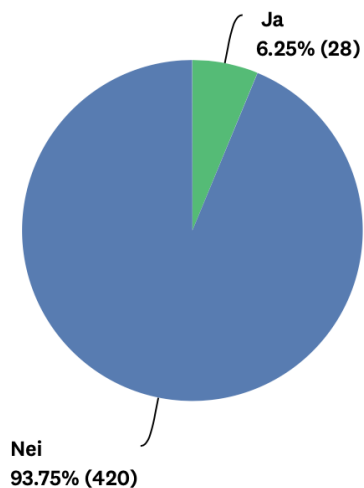
Figur 8. Oversikt over hva medlemmene bruker innlegg fra Facebookgruppen til. De fullstendige svaralternativene er formulert i teksten over.

Videre spurte vi respondentene om de publiserer innlegg i gruppen. Her kommer det tydelig frem at de aller fleste ikke gjør det. Hele 70,38% svarer at de ikke har publisert noe i facebookgruppen. 11,14% svarer at de ikke har publisert noe, men at de gjerne bidrar i kommentarfeltene. Det er 14,48% som publiserer bilder fra fine turer som tips til andre. 3,12% svarer at de har spurt om tips til trygge turer og fått svar av folk med mer erfaring enn seg. Det er 2,23% som svarer at de har lagt ut innlegg angående snødekket og advarsler om eventuelle farlige forhold. Det er 4,23% som har lagt ut innlegg som ikke angår turplanlegging eller snøforhold (figur 9).



Figur 9. Oversikt over hva medlemmene selv publiserer innlegg om i Facebookgruppen. Svaralternativene er fullstendig fremstilt i teksten over.

Vi spurte respondentene om de har gått en tur inspirert av “Toppturer i Nordvest”, som de senere har vurdert som “over evne”, for vanskelig eller utrygg. På dette svarte 6,25% “ja”. Dette resultatet legger et godt grunnlag for diskusjon senere i oppgaven (figur 10).



Figur 10. Viser andel respondenter som har gått en “tur over evne” inspirert av innlegg fra Facebookgruppen.

5. Diskusjon

I denne delen av oppgaven skal vi ta for oss resultatene fra spørreundersøkelsen og drøfte disse opp mot relevant teori. For å gjøre det oversiktlig og ryddig har vi delt diskusjonen opp i ulike temaer.

5.1. Sosiale medier

5.1.1. Felleskap

I teoridelen av oppgaven introduserte vi Haugseths ide om personers tilhørighet til grupper som noe grunnleggende menneskelig. Han skriver at det er viktig for menneskers utvikling å være en del av noe større enn seg selv (Haugseth, 2013, s. 59-61). Resultatene fra spørreundersøkelsen viser at gruppens medlemmer varierer stort i både kjønn, alder og erfaring. Likevel kan vi se flere fellestrekk blant deltakerne. Deres medlemskap i gruppen vitner om en felles interesse og glede av ski og turgåing. Her har de frihet til å poste det de vil, i tillegg til å spørre om tips eller råd. Av utvalget svarer 29,62% at de poster innlegg selv, eller er aktive på å ytre seg i gruppen. Som Haugseth også skriver, blir identiteten og preferansene til de som kommuniserer gjennom gruppen, grunnleggende for informasjonsinnholdet (2013, s. 59-61). Av de resterende 70,38% som ikke publiserer noe selv, benytter de aller fleste seg av informasjonen som blir delt.

5.2. Bakgrunn

Fordelingen av kjønn på tvers av aldersgruppene viste seg å være veldig jevn. Det gir oss et bredt spekter av enheter i det totale utvalget. Vi så for oss at utvalget ville bestå av mange unge og mindre erfarne skikjørere, på bakgrunn av at topptur er et relativt nytt fenomen. Tvert imot er det kun 7,14% av respondentene som er i sin første sesong med toppturer, og kun 2,45% som svarer at de er under 20 år. Årsakene til dette kan vi kun spekulere rundt, men det er mulig at de nye skigåerne ikke har oppdaget sider som dette enda. Dette kan også komme av at selv de relativt erfarne skientusiastene også jakter ny inspirasjon. Utvalget består av mange erfarne skigåere som har gått toppturer i over fem sesonger, og resultatene viser at det er de med mest erfaring som går flest turer i løpet av en sesong.

5.3. Positiv bruk

Det kommer tydelig frem i resultatene at facebookgruppen hovedsakelig blir brukt som en inspirasjonskilde. Tips til nye turer, hvor man kan finne godt skiføre og turbeskrivelser, noe som gir både inspirasjon og motivasjon. Det var 73,83% av respondentene som valgte svaralternativet “Jeg ser mest på bilder og blir inspirert til å gå nye topper”. Det er tydelig at den generelle friluftsjnteressen hos medlemmene blir påvirket i positiv retning.

Det er helsefremmende å tilbringe tid ute i aktivitet, både fysisk og psykisk. Friluftsliv bidrar til både bedre helse, høyere livskvalitet og er en stor del av den nasjonale identiteten i Norge (Meld. St. 18 (2015–2016), s. 7). Naturmøte, felleskap og mestringsglede er noen av punktene Nils Faarlund mener er roten til den norske friluftstradisjonen (Faarlund, 2016, s. 25). Noe annet positivt ved gruppen er at medlemmene advarer hverandre om aktuelle skredforhold. Tremper nevner denne kommunikasjonen av sanntidsdata som en positiv virkning av sosiale medier (Tremper, 2018, s. 301). Praktisk informasjon om vinteråpne og brøytete veier, parkering, og “lost and found”, er også positive bruksområder ved siden.

5.4. Gruppen som verktøy

Ut ifra resultatene kan vi konstatere at medlemmene bruker innlegg fra facebookgruppen. Problemstillingen vår handler om hvordan gruppen blir brukt som et verktøy, og for å kunne svare på det, var det viktig å finne ut om respondentene faktisk benyttet seg av den. Vi stilte derfor spørsmål om dette to ganger i spørreundersøkelsen. Først spurte vi respondentene om de brukte innleggene i turplanlegging, og her svarte 22,60% at de ikke benytter seg av dem i det hele tatt. Senere i undersøkelsen formulerte vi svaralternativer med konkrete eksempler på hvordan man kan benytte seg av innlegg. Her er det kun 9,40% som svarer at de ikke benytter seg av dem. Dette kommer muligens av at respondentene kjenner seg igjen når de får presentert ulike måter å bruke innleggene, og derfor blir det splid i resultatene. Dette kan tyde på at medlemmene ikke er så bevisst på at de blir påvirket eller benytter seg av innlegg som de leser.

Som tidligere nevnt er gruppen hovedsakelig en inspirasjonskilde hvor medlemmer blir motivert til å gå nye topper. Benthin et al. (1993, s. 16) og Mannberg et al. (2018, s. 16) kommer i sine studier frem til at sosial beundring har en viktig kobling til risikofylte beslutninger. De mener at menneskers sosiale ambisjon fører til at de både godtar og

prefererer mer risikable valg. Tremper mener også at sosiale medier bidrar til høyere risikoaksept (Tremper, 2018, s. 301). Dersom medlemmene ikke er klar over at de blir påvirket, er det også tenkelig at de ikke er bevisst på at risikoaksepten øker.

5.5. Menneskelig faktor

5.5.1. Acceptance

Den første menneskelige faktoren vi introduserte i oppgaven var “Acceptance” (Tremper, 2018, s. 297-298). Den teorien handler i hovedsak om jaget etter å bli likt av andre. Det kommer frem i resultatene at fåtallet av medlemmene poster innlegg på gruppen. Dette kan vitne om at det fåtallet som poster er gjengangere, som legger ut innlegg jevnlig. Vi kan kun spekulere i om hva motivasjonen deres er, men i forhold til Trempers teori om acceptance, er det tenkelig at et eksponeringsbehov er årsaken. Altså at disse gjengangerne har et bevisst eller ubevisst behov for status og popularitet.

På utsagnet «jeg er veldig god på ski/brett» svarer 77,9% at de er middels eller over middels enig. De aller fleste mener altså at de har gode skiferdigheter. Dette kan også knyttes til Trempers teori om acceptance, ved at mennesker oppsøker situasjoner hvor de kan briljere eller vise seg frem. Han sier også at dette vil påvirke risikoaksepten, da den ofte øker i forsøk på å imponere andre.

Vi fant også at de som er i sin første sesong rangerer seg selv som like god på ski/brett som de som har gått mer enn fem sesonger. Skiferdigheter har i følge våre resultater lite sammenheng med erfaring. Mannhus et al. (2018, s. 16) skriver at skikjørere med lite erfaring og ferdigheter har like stor sannsynlighet for å kjøre bratt og utfordrende terreng som de mer erfarne. De påpeker at dette er spesielt farlig i skredterreng, hvor omgivelsene ikke gir tilbakemelding på beslutningene som tas, med mindre det virkelig går galt. Dette fører igjen til at mindre erfarne skikjørere er spesielt utsatt for å havne i farlige situasjoner senere, på grunn av manglende tilbakemelding fra omgivelsene. Vi fant i våre resultater at de som rangerte seg selv som mindre gode på ski, heller ikke er glad i å kjøre i bratt og utfordrende terreng. Det viser oss at de i utgangspunktet ikke liker å kjøre fort og bratt, men grunnen til at det likevel kan skje, er at de er uerfarne. Når Mannhus et al. (2018, s. 16) sier at det er like stor sannsynlighet for at erfarne og uerfarne ender opp i samme terreng, tror vi det handler om

at de erfarne oppsøker det, mens de uerfarne ikke har nok kunnskap til å velge preferert terreng.

5.5.2. Commitment

I ordet “topptur” ligger det en viss forpliktelse om at man må nå toppen. Det å snu før man har nådd toppen blir da automatisk et nederlag eller som å gi opp. Som McCammon (2002, s. 4) sier, er det lett å overse kritisk informasjon fra omgivelsene i forsøk på å nå et gitt mål. Nils Faarlund skriver også om problemene med å følge en lagt plan. “Planer mangler tilpasningsevne. Det trengs når forutsetningene endrer seg” (Faarlund, 2016, s. 23). I gruppen “Toppturer i Nordvest”, kan man tenke seg at medlemmene er utsatt for slike forpliktelser om å nå toppen. Kanskje særlig de aktive medlemmene som legger ut fine utsiktsbilder, da disse bildene sjeldent eller aldri tas underveis på turen, men fra toppen.

5.5.3. Expert halo

På spørsmålet om medlemmene har gått en tur inspirert av innlegg fra facebookgruppen som de senere har vurdert som for vanskelig eller “over evne”, er det 28 respondenter som svarer “Ja”. Ifølge Tremper sin teori om “Expert Halo”, har mennesker en tendens til å gjøre som “ekspertene” sier (Tremper, 2018, s. 299). I en facebookgruppe kan dette bli problematisk, da man ikke nødvendigvis vet hvem man kommuniserer med. Personen man tar imot råd fra kan ha andre forutsetninger og verdier enn en selv. Som Tremper påpeker, oppstår problemet når “eksperten” ikke egentlig er en ekspert (2018, s. 299).

5.5.4. Social proof

Det er hele 25,95% som sier at de benytter seg av innleggene i facebookgruppen “for å se hvor andre har vært, slik at jeg kan gå trygge turer hvor det allerede har gått folk”. Dette spørsmålet kan tolkes som et ledende spørsmål, men ifølge Larsen, er dette greit når man er på jakt etter menneskers holdninger (Larsen, 2017, s. 53-54). Spørsmålet havner direkte under den menneskelige faktoren om “Social proof”, som handler om at mennesker har en tendens til å finne trygghet i mangfold. Tremper betegner dette som falsk trygghet. Det å følge tidligere lagte skispor, uten å ta egne vurderinger, er også et eksempel på dette (Tremper, 2018, s. 299-300). Ian McCammon påpeker at med alle skredulykkene som forekommer, hvor social proof tydelig er årsaken, viser at det på ingen måte er helt trygt å følge andre (McCammon, 2002, s. 4). At en fjerdedel av gruppens medlemmer bruker innlegg til å finne

“trygge” turer hvor det allerede har gått folk, blir i lys av denne teorien skremmende. Samtidig er ikke dette resultatet utelukkende negativt, da det heldigvis også er mange som legger fine og trygge spor i vinterfjellet.

5.6. Skred

5.6.1. Verktøy for å vurdere skredforhold

Som vist i resultatene, ser vi at de aller fleste respondentene er redd for å bli tatt i skred. Det er kun 11,8% som svarer at de er under middels redd for skred. Vi spurte også om deltakerne bruker skredvarslingen til Varsom i turplanleggingen, her kom det frem at hele 75,89% bruker det mer enn middels. Dette vitner om at de aller fleste er klar over risikoen om skred og tilsynelatende velger å planlegge ut ifra dette. De fleste respondentene med 75,95% av utvalget, påstår også at de er fra middels flinke til å vurdere skredfaren på de turene de går på.

Vi ser likevel at hele 26,06% ikke har noen form for skredutstyr. 41,87% av respondentene svarer at de har tatt teoretisk og praktisk skredkurs, og det er kun dette som kan defineres som et fullstendig skredkurs. I resultatene fant vi en tydelig kobling mellom hvilket nivå av skredkurs de har og de som har skredutstyr. Blant de med fullstendig skredkurs har et tydelig flertall skredutstyr, men blant de uten skredkurs mangler flertallet utstyr. Det kom også frem at personer uten skredkurs er mindre redd for å bli tatt i skred enn personer med. Dette viser tydelig at et skredkurs gir en bredere forståelse av risikoen som er knyttet til ferdsel i skredterreng.

Av utvalget har 29,56% kun teoretisk kurs eller lært av andre, og de resterende 28,67% har ingen form for kurs. Disse resultatene sier noe om medlemmene sine forutsetninger for å ta trygge beslutninger i vinterfjellet og vitner om manglende grunnlag for nettopp det. Mannberg et al. kommer i sin forskning frem til at personer uten skredkurs har større sannsynlighet enn de med, til å ta risikofylte terrengvalg (Mannberg et al., s. 16). Varsom peker også på fordeler ved skredkurs og viktigheten av å kunne bruke skredutstyret sitt i verst tenkelig situasjon. De poengterer viktigheten av å øve flere ganger i løpet av hver sesong (Varsom, u.å.). Av det totale utvalget øver kun 7,35% regelmessig, men de resterende 92,65% øver for sjeldent eller ingenting. Vi ser i resultatene at blant de som øver regelmessig med skredutstyret sitt, er det

90,91% som har tatt fullstendig skredkurs. Dette åpenbare overtallet vitner om at mer skredkunnskap, fører til en viss ærefrykt for naturkreftene i vinterfjellet.

Videre i undersøkelsen kommer det frem at 14,32% av medlemmene bruker facebookgruppen som et verktøy for å vurdere skredforhold. I motsetning til Varsom, som er en profesjonell aktør og pedagogisk siktemål (Varsom, u.å.), er ikke denne gruppen en pålitelig kilde for å vurdere eller lære om skredforhold. På bakgrunn av resultatene som forteller om manglende skredkurs og skredutstyr, samt ferdigheter knyttet til utstyret, er det noe urovekkende at medlemmene bruker innlegg til å vurdere skredforhold. Det har også kommet frem at enkelte legger ut innlegg for å advare om eventuelle farlige forhold i snødekket, noe som kan være positivt. Samtidig kan det by på et pedagogisk problem, noe som også Varsom sliter med til tider (Varsom, u.å.). Ved at de melder for høy skredfare, som kan bidra til å svekke deres pålitelighet. Tilsvarende innlegg på facebookgruppen kan skape en “ulv, ulv-effekt”, som igjen kan føre til at folk overser kritisk informasjon. Vi har sett flere eksempler på at personer deler observasjoner av “gode” forhold som vi ville vurdert som ustabile. Disse kan videre tolkes ulikt ut ifra hvem som leser dem.

5.7. Mennesker i fjellet

En av hovedfarene med gruppen, slik vi ser det, er at det ukritisk deles turanbefalinger for alle som måtte være på jakt etter det. Turene blir verken kategorisert etter vanskelighetsgrad eller andre viktige aspekter, og det kan gjøre det vanskelig å vurdere om dette egentlig er en tur for hver enkelt. Det er 50,11% som svarer at de ikke er glad i å kjøre fort i bratt og utfordrende terreng, mens de andre 49,89% er mer eller veldig glad i det. Dette bringer oss inn på teorien til Brattlien om forskjellige mennesker i fjellet (Brattlien, 2016, s. 117). Om «den forsiktige» velger en tur etter anbefaling fra «den vågale», kan det oppstå ubehagelige og farlige situasjoner. Om man hadde meldt seg på en guidet tur ville turen blitt tilrettelagt deltakernes forutsetninger, erfaring og mål. Nils Faarlund snakker om de samme punktene i sin beskrivelse av «tur etter evne», hvor formålet er å velge en tur man har kunnskap og overskudd til å ha glede av (Faarlund, 2016, s. 24).

6. Konklusjon

Bakgrunnen for valg av tema og problemstilling var at vi ønsket å lære mer om medlemmene og deres bruk av facebookgruppen «Toppturer i Nordvest». Gjennom resultater og teori har vi fått et overblikk over hva gruppen brukes til i turplanlegging. I denne delen av oppgaven skal vi presentere hovedfunnene og svare på problemstillingen vår.

Det kommer tydelig frem at medlemmene bruker innlegg fra facebookgruppen i sin turplanlegging. Over 90% svarer nemlig at de på ett eller annet vis benytter seg av dem. Det kommer frem at gruppen er en stor inspirasjonskilde for mange. Medlemmene får nye innspill og motiveres til å komme seg ut på tur, og den generelle friluftsinteressen påvirkes i positiv retning.

Det viser seg at det er gjengangerne som publiserer innlegg i gruppen. Vi velger å knytte disse opp mot Trempers menneskelige faktor om Acceptance, som handler om menneskers behov for å vise seg frem. Teorien går også ut på at menneskers aksept for risiko kan øke ved eksponering for et publikum. Enkelte medlemmer faller også under de menneskelige faktorene “expert halo” og “social proof”. De lytter til råd fra «eksperter», for så å legge ut på en tur de ikke har forutsetningene til å gjennomføre. De velger også turer hvor de vet andre har gått, fordi det føles trygt. Resultatene tyder også på at medlemmene forplikter seg til å nå mål, noe vi kobler til “commitment”. Er man innstilt på å gå topptur kan det føles som et nederlag å snu før toppen, til tross for tydelige signaler fra omgivelsene.

Et annet interessant funn i oppgaven er at medlemmer bruker gruppen som vurderingsverktøy for skredforhold. Dette alene, er ikke direkte urovekkende. Men andre resultater viser at mange medlemmer mangler både skredkurs, utstyr, og kunnskaper rundt kameratredning, til tross for at de aller fleste svarer at de er redd for skred. Disse resultatene satt i sammenheng, er urovekkende. Dette fører oss videre inn på det vi selv mener er problemet ved å bruke gruppen som verktøy i turplanlegging. Man vet ikke nødvendigvis hvem man kommuniserer med. Dette gjelder både de som gir og de som tar imot råd.

I denne oppgaven ønsket vi å finne ut på hvilken måte facebookgruppen “Toppturer i Nordvest” brukes som et planleggingsverktøy for å dra på topptur om vinteren? Resultatene fra undersøkelsen vitner om at medlemmene bruker gruppen som verktøy i planleggingen. Vi finner både positive og negative bruksområder. Hovedfunnet i oppgaven er at gruppen blir

brukt som inspirasjonskilde. Dette har en positiv effekt på friluftsinteressen til medlemmene. Samtidig får vi en del mer urovekkende resultater, som vitner om at gruppen kan ha en negativ effekt på medlemmenes sikkerhet i fjellet. Vår konklusjon er at disse negative effektene bunner i at medlemmene ikke kjenner til hverandres kunnskap, forutsetninger og mål.

6.1. Videre forskning

Som tidligere nevnt er en av utfordringene med gruppen at medlemmene ikke vet hvem de kommuniserer med, hvem de tar imot eller gir råd til. Dette ville derfor vært svært interessant for videre forskning å se nærmere på. For eksempel om en kort beskrivelse av medlemmene, deres bakgrunn og forutsetninger kan bidra til bedre kommunikasjon dem imellom. Som igjen kan føre til lavere risiko eksponering og høyere sikkerhet. Vi håper at det kommer mer forskning på sosiale medier og kommunikasjon som skredproblem. Ut ifra resultatene kan vi si at det i aller høyeste grad kan påvirke menneskers beslutningstaking og sikkerhet i skredterreng. Det finnes enda ingen norsk forskning på temaet, noe vi håper endrer seg da det er svært aktuelt.

Begrensningene i denne oppgaven gav oss ikke mulighet til å inkludere direkte sitat fra innlegg eller samtaler i gruppen. Ethiske retningslinjer har krav om søknader og godkjenning fra både enkeltpersoner og "Norsk Senter for Forskningsdata". Dette kunne vært et spennende utgangspunkt for videre forskning.

7. Referanser

- Benthin, A. C., Slovic, P., & Severson, H. H. (1993). A Psychometric Study of Adolescent Risk Perception, *Journal of Adolescence*, 16(2), 153-168
<https://doi.org/10.1006/jado.1993.1014>
- Brattlien, K. (2016). *Snøskred: Livsviktig kunnskap*. Kagge Forlag AS.
- Brattlien, K. (2015) *Den lille snøskredboka*. Fri Flyt AS.
- Dalaker, S. & Heggen, H. (2021, 10.mars). Enorm interesse for toppturar, men skredkurs blir avlyste. *NRK, Vestland*. https://www.nrk.no/vestland/enorm-interesse-for-toppturar_-men-skredkurs-blir-avlyste-1.15359301
- Faarlund, N. (2016). *Friluftsliv: En dannelsesreise*. Ljå Forlag.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige metoder* (2. utg). Fagbokforlaget
- Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet: en innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.) Cappelen Damm AS.0
- Haugseth, J. F. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Universitetsforlaget.
- Kleiven, T. (2017, 10.februar). Roper varsko om uerfarne folk på topptur. *Dagens Næringsliv*.
<https://www.dn.no/magasinet/sport/friluftsliv/snoskred/topptur/roper-varsko-om-uerfarne-folk-pa-topptur/2-1-27500>
- Larsen, A.K. (2017). *En enklere metode: Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode* (2. utg). Fagbokforlaget.
- Mannberg, A., Hendrikx, J., Landrø, M., & Stefan, M. A. (2018). Who's at risk in the

- backcountry? Effects of individual characteristics on hypothetical terrain choices. *Journal of Environmental Psychology*, 59, 1-16.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.08.004>
- McCammon, I. (2002). Evidence of heuristic traps in recreational avalanche accidents. *International Snow Science Workshop* (s. 1-8).
https://www.researchgate.net/profile/Ian-Mccammon/publication/228681500_Evidence_of_heuristic_traps_in_recreational_avalanche_accident/links/02e7e5205c1b957687000000/Evidence-of-heuristic-traps-in-recreational-avalanche-accident.pdf
- McCammon, I. (2009). Human factors in avalanche accidents: Evolution and interventions. *International Snow Science Workshop* (s. 644-648).
https://www.researchgate.net/profile/Ian-Mccammon/publication/267417415_Human_factors_in_avalanche_accidents_Evolution_and_interventions/links/551be0920cf2fe6cbf75f6e8/Human-factors-in-avalanche-accidents-Evolution-and-interventions.pdf
- Meirik, T. (2011, 29.november). Den nye folkesporten. *Fri Flyt AS*.
<https://www.friflyt.no/frikjoering-ski/den-nye-folkesporten>
- Meld. St. 18 (2015–2016). *Friluftsliv: Natur som kilde til helse og livskvalitet*. Klima- og miljødepartementet.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/9147361515a74ec8822c8dac5f43a95a/no/pdfs/stm201520160018000dddpdfs.pdf>
- Nes, C.L. (2018). *Skikompis: Snøskred og trygg ferdsel*. Fri Flyt AS
- Surveymonkey. (2021). <https://no.surveymonkey.com/dashboard/>
- Thrane, C. (2018). *Kvantitativ metode: En praktisk tilnærming*. Cappelen Damm AS.
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder: I praksis* (3. utg). Gyldendal.

Tremper, B. (2008). *Staying alive in avalanche terrain* (2. utg). Mountaineers Books.

Tremper, B. (2018). *Staying alive in avalanche terrain* (3.utg). Mountaineers Books.

Varsom. (u.å.) *Kameratredning*. <https://www.varsom.no/snoskredskolen/kameratredning/>

Varsom. (u.å.) *Om snøskredvarslingen: Snøskredvarslingen utgir varslar etter internasjonal standard. Formålet med varslingen er å unngå tap av liv og verdier som følge av snøskred*. <https://www.varsom.no/snoskredvarsling/om-snoskredvarslingen/?ref=mainmenu>

Varsom. (u.å.) *Skredterreng*. <https://www.varsom.no/snoskredskolen/skredterreng/>

Varsom. (u.å.). *Skredutstyr*. <https://www.varsom.no/snoskredskolen/skredutstyr/>

8. Vedlegg

8.1. Følgebrev

«Hei 😊 Vi er to studenter ved Høgskulen i Volda som studerer «Friluftsliv og Naturguide». Vi skal skrive bachelor om planlegging av skiturer i vinterfjellet og har valgt å ta fokusere facebookgruppen «Toppturer i Nordvest». Det vi ønsker å finne ut er hva gruppen brukes til og hvem den brukes av. Undersøkelsen er helt anonym. Vi har laget en kort spørreundersøkelse som tar omtrent tre minutter å svare på. Håper så mange som mulig ønsker å delta slik at vi får tilstrekkelig med datagrunnlag. Dersom du legger igjen mobilnummeret ditt i slutten av undersøkelsen er du med i trekningen av et gavekort på 400kr fra Intersport Volda. Dette kortet kan brukes i alle Intersportbutikker i landet. 😊»

8.2. Spørreundersøkelse

Toppturer i Nordvest

SurveyMonkey

SP1 Vilkår for å delta i undersøkelsen:- Jeg deltar frivillig i denne spørreundersøkelsen.- Jeg forstår at dette er en anonym spørreundersøkelse. - Jeg godtar at dataen jeg oppgir her vil bli brukt i en bacheloroppgave.- Jeg godtar at dataen kan bli brukt i videre forskning.- Jeg er medlem av facebookgruppen "Toppturer i Nordvest".

Besvart: 449 Hoppet over: 1

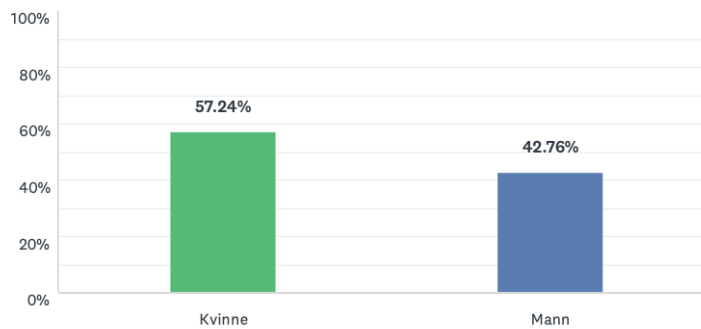


SVARVALG	SVAR	
Jeg godtar vilkårene. (1)	100.00%	449
Jeg godtar ikke vilkårene. (2)	0.00%	0
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	1.00	1.00	1.00	0.00

SP2 Kjønn?

Besvart: 449 Hoppet over: 1

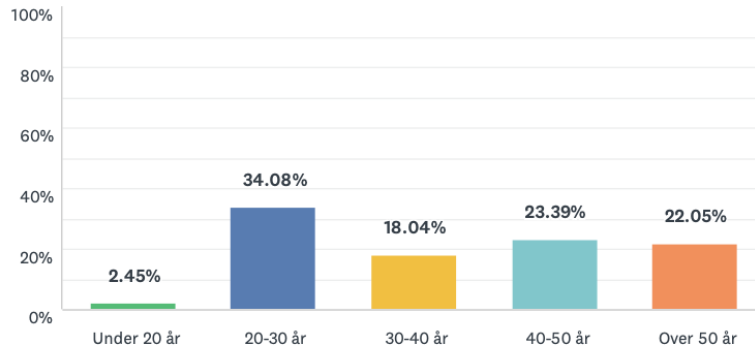


SVARVALG	SVAR	
Kvinne (1)	57.24%	257
Mann (2)	42.76%	192
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	2.00	1.00	1.43	0.49

SP3 Alder?

Besvart: 449 Hoppet over: 1



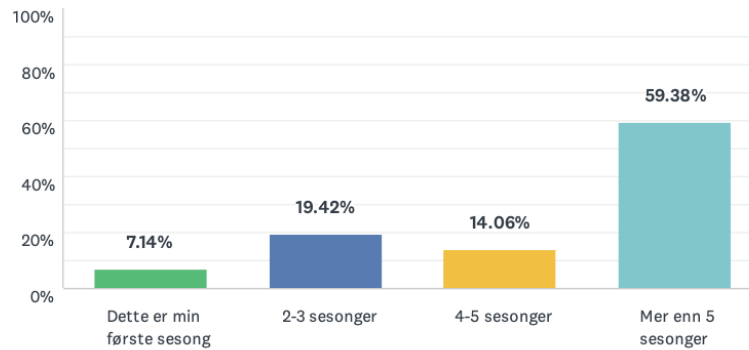
SVARVALG	SVAR	
Under 20 år (1)	2.45%	11
20-30 år (2)	34.08%	153
30-40 år (3)	18.04%	81
40-50 år (4)	23.39%	105
Over 50 år (5)	22.05%	99
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	5.00	3.00	3.29	1.21

SP4 Hvor mange sesonger har du gått toptur?

Besvart: 448 Hoppet over: 2



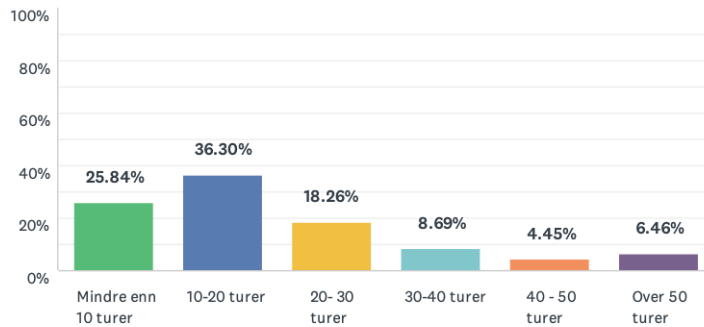
SVARVALG	SVAR	
Dette er min første sesong (1)	7.14%	32
2-3 sesonger (2)	19.42%	87
4-5 sesonger (3)	14.06%	63
Mer enn 5 sesonger (4)	59.38%	266
TOTALT		448

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	4.00	4.00	3.26	1.00

SP5 Hvor mange toppturer går du i løpet av en sesong?

Besvart: 449 Hoppet over: 1



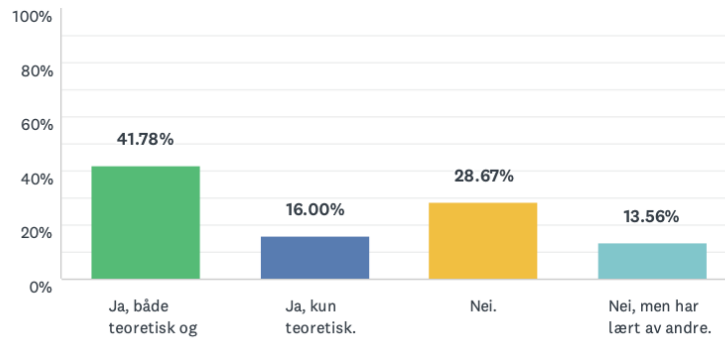
SVARVALG	SVAR	
Mindre enn 10 turer (1)	25.84%	116
10-20 turer (2)	36.30%	163
20- 30 turer (3)	18.26%	82
30-40 turer (4)	8.69%	39
40 - 50 turer (5)	4.45%	20
Over 50 turer (6)	6.46%	29
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	6.00	2.00	2.49	1.41

SP6 Har du tatt skredkurs?

Besvart: 450 Hoppet over: 0



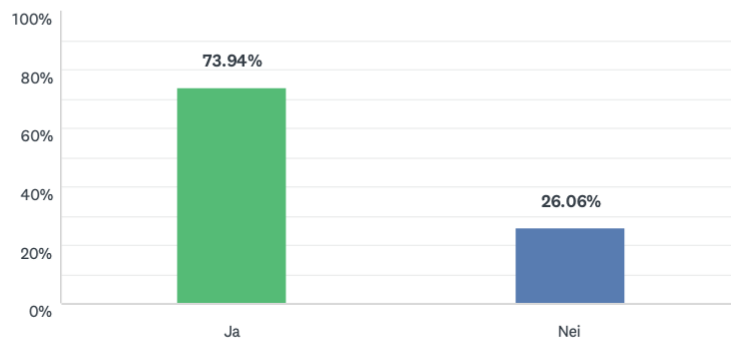
SVARVALG	SVAR	
Ja, både teoretisk og praktisk. (1)	41.78%	188
Ja, kun teoretisk. (2)	16.00%	72
Nei. (3)	28.67%	129
Nei, men har lært av andre. (4)	13.56%	61
TOTALT		450

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	4.00	2.00	2.14	1.11

SP7 Har du skredutstyr? (Spade, søkestang og skredsøker)

Besvart: 449 Hoppet over: 1

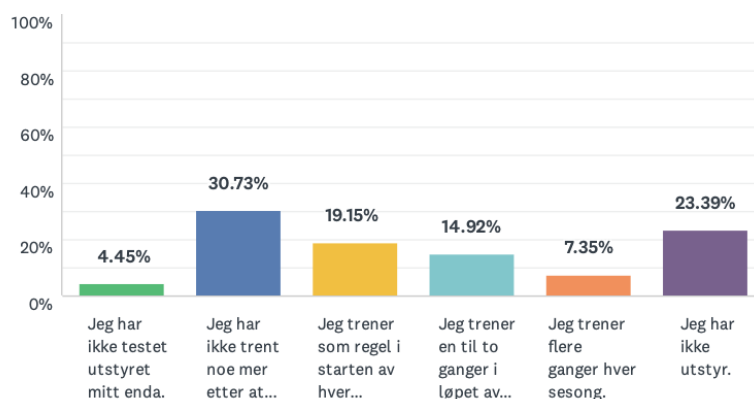


SVARVALG	SVAR	
Ja (1)	73.94%	332
Nei (2)	26.06%	117
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min. 1.00	Maks. 2.00	Median 1.00	Gjennomsnitt 1.26	Standardavvik 0.44

SP8 Hvor ofte trener du på å bruke skredutstyret?

Besvart: 449 Hoppet over: 1

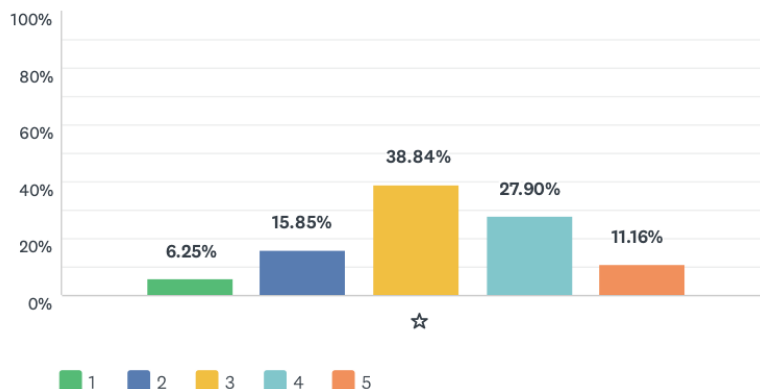


SVARVALG	SVAR	
Jeg har ikke testet utstyret mitt enda. (1)	4.45%	20
Jeg har ikke trent noe mer etter at jeg lærte meg å bruke det. (2)	30.73%	138
Jeg trener som regel i starten av hver sesong. (3)	19.15%	86
Jeg trener en til to ganger i løpet av en sesong. (4)	14.92%	67
Jeg trener flere ganger hver sesong. (5)	7.35%	33
Jeg har ikke utstyr. (6)	23.39%	105
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min. 1.00	Maks. 6.00	Median 3.00	Gjennomsnitt 3.60	Standardavvik 1.63

SP9 Hvor enig er du i følgende påstander?Jeg er veldig god på ski/brett.

Besvart: 448 Hoppet over: 2



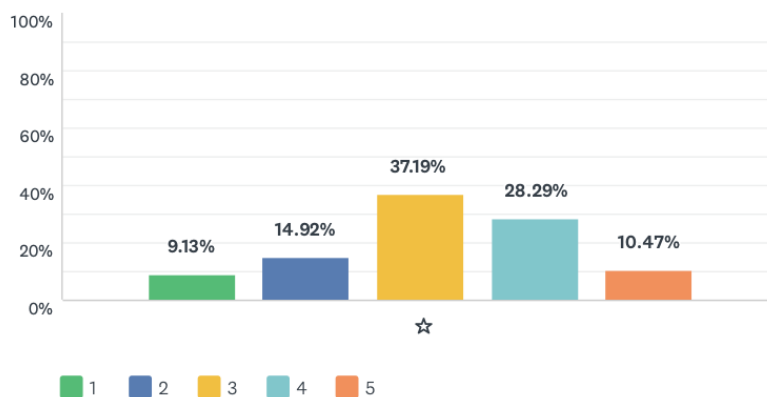
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	TOTALT	VEKTET GJENNOMSITT
☆	6.25% 28	15.85% 71	38.84% 174	27.90% 125	11.16% 50	448	3.22

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min. 1.00	Maks. 5.00	Median 3.00	Gjennomsnitt 3.22	Standardavvik 1.04
--------------	---------------	----------------	----------------------	-----------------------

SP10 Jeg er flink til å vurdere skredfaren på turene jeg går.

Besvart: 449 Hoppet over: 1



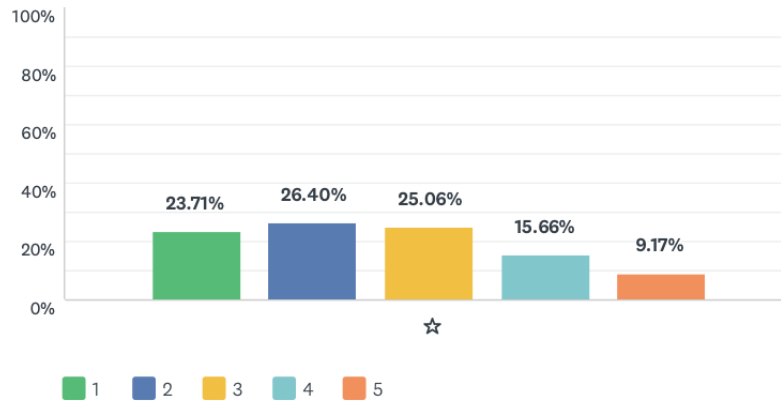
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	TOTALT	VEKTET GJENNOMSITT
☆	9.13% 41	14.92% 67	37.19% 167	28.29% 127	10.47% 47	449	3.16

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min. 1.00	Maks. 5.00	Median 3.00	Gjennomsnitt 3.16	Standardavvik 1.09
--------------	---------------	----------------	----------------------	-----------------------

SP11 Jeg er glad i å kjøre fort og i utfordrende terreng.

Besvart: 447 Hoppet over: 3



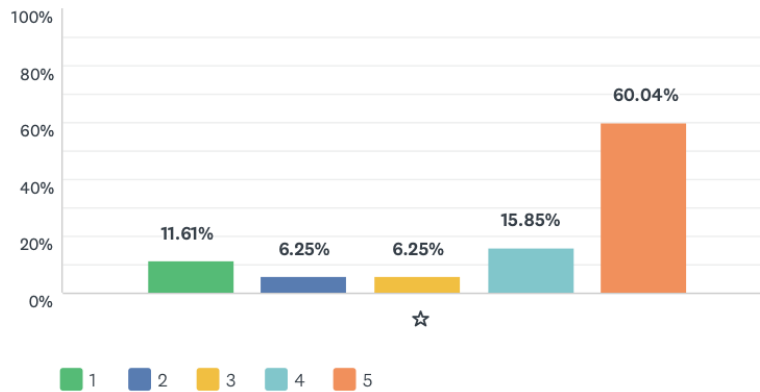
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
☆	23.71% 106	26.40% 118	25.06% 112	15.66% 70	9.17% 41	447	2.60

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min. 1.00	Maks. 5.00	Median 2.00	Gjennomsnitt 2.60	Standardavvik 1.26
--------------	---------------	----------------	----------------------	-----------------------

SP12 Jeg bruker skredvarslingen til Varsom i turplanlegging.

Besvart: 448 Hoppet over: 2



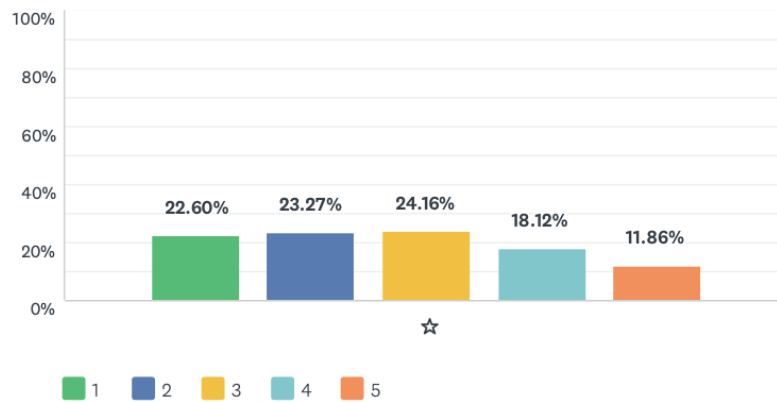
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
☆	11.61% 52	6.25% 28	6.25% 28	15.85% 71	60.04% 269	448	4.06

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min. 1.00	Maks. 5.00	Median 5.00	Gjennomsnitt 4.06	Standardavvik 1.40
--------------	---------------	----------------	----------------------	-----------------------

SP13 Jeg bruker innlegg på facebookgruppen "Toppturer i Nordvest" i turplanlegging.

Besvart: 447 Hoppet over: 3



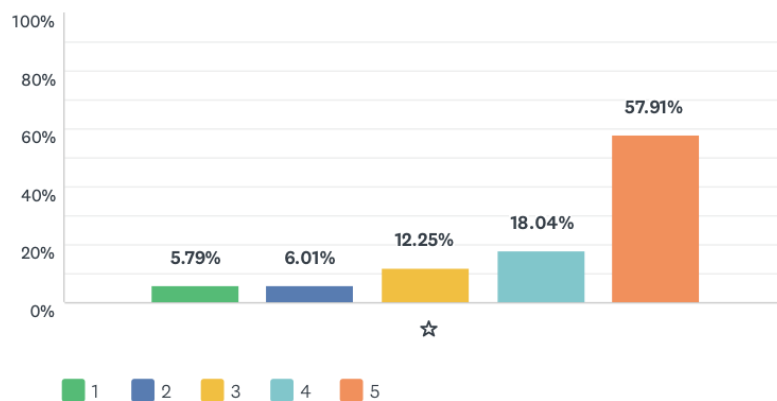
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
☆	22.60% 101	23.27% 104	24.16% 108	18.12% 81	11.86% 53	447	2.73

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min. 1.00	Maks. 5.00	Median 3.00	Gjennomsnitt 2.73	Standardavvik 1.31
--------------	---------------	----------------	----------------------	-----------------------

SP14 Jeg er redd for å bli tatt i skred.

Besvart: 449 Hoppet over: 1



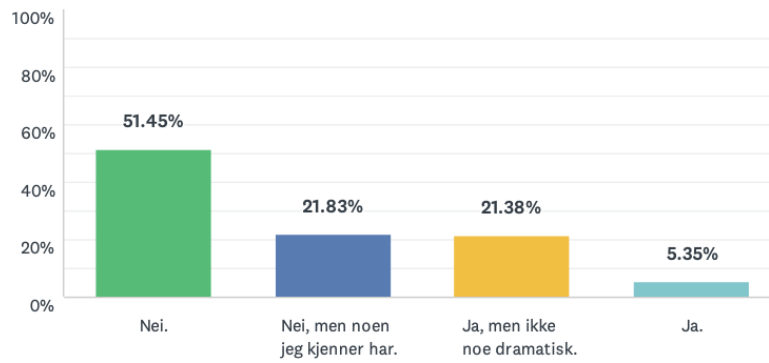
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
☆	5.79% 26	6.01% 27	12.25% 55	18.04% 81	57.91% 260	449	4.16

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK

Min. 1.00	Maks. 5.00	Median 5.00	Gjennomsnitt 4.16	Standardavvik 1.20
--------------	---------------	----------------	----------------------	-----------------------

SP15 Har du vært utsatt for en skredhendelse?

Besvart: 449 Hoppet over: 1

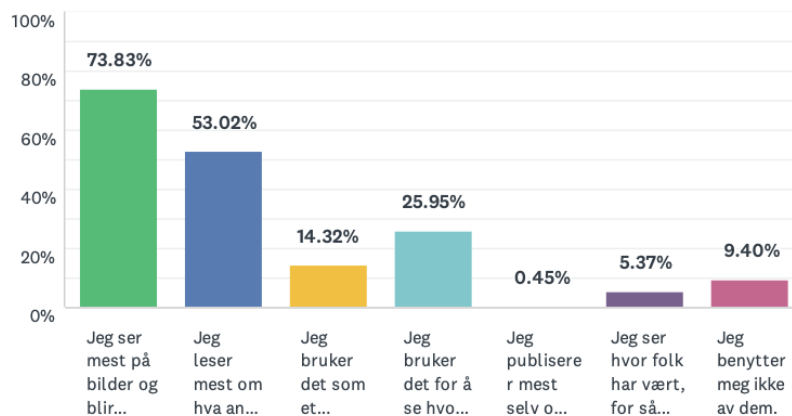


SVARVALG	SVAR	
Nei. (1)	51.45%	231
Nei, men noen jeg kjenner har. (2)	21.83%	98
Ja, men ikke noe dramatisk. (3)	21.38%	96
Ja. (4)	5.35%	24
TOTALT		449

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min.	Maks.	Median	Gjennomsnitt	Standardavvik
1.00	4.00	1.00	1.81	0.95

SP16 Dersom du bruker innlegg fra "Toppturer i Nordvest" i turplanleggingen, hvordan benytter du deg av informasjonen? (Mulig å merke flere alternativer.)

Besvart: 447 Hoppet over: 3

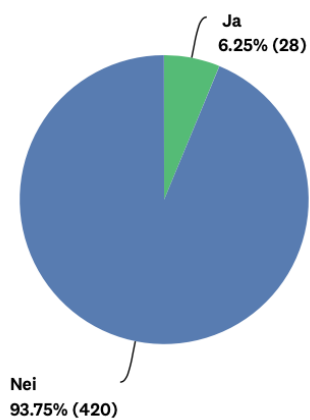


SVARVALG	SVAR
Jeg ser mest på bilder og blir inspirert til å gå nye topper. (1)	73.83% 330
Jeg leser mest om hva andre skriver om snøforholdene de ulike stedene. (2)	53.02% 237
Jeg bruker det som et verktøy for å vurdere skredforhold. (3)	14.32% 64
Jeg bruker det for å se hvor andre har vært, slik at jeg kan gå trygge turer der det allerede har gått folk. (4)	25.95% 116
Jeg publiserer mest selv og ser ikke så mye på hva andre legger ut. (5)	0.45% 2
Jeg ser hvor folk har vært, for så å gå andre turer hvor det ikke har vært noen. (6)	5.37% 24
Jeg benytter meg ikke av dem. (7)	9.40% 42
Totalt antall respondenter: 447	

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min. 1.00	Maks. 7.00	Median 2.00	Gjennomsnitt 2.34	Standardavvik 1.65

SP17 Har du gått turer inspirert av innlegg i "Toppturer i Nordvest" som du senere har vurdert "Tur over evne" (vanskelig eller utrygg)?

Besvart: 448 Hoppet over: 2

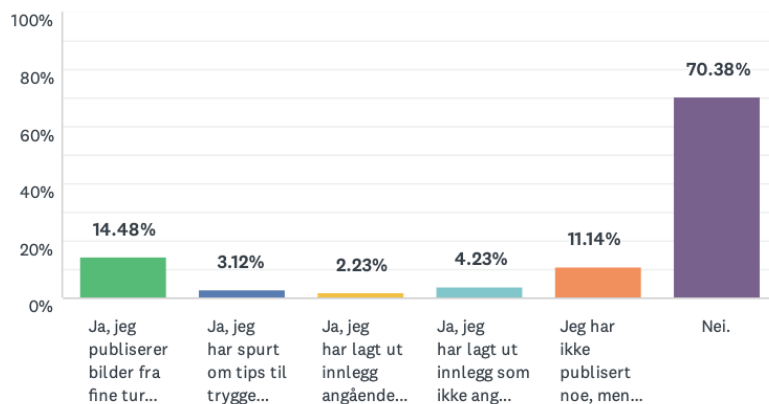


SVARVALG	SVAR	
Ja (1)	6.25%	28
Nei (2)	93.75%	420
TOTALT		448

GRUNNLEGGENDE STATISTIKK				
Min. 1.00	Maks. 2.00	Median 2.00	Gjennomsnitt 1.94	Standardavvik 0.24

SP18 Har du publisert noe på facebookgruppen "Toppturer i Nordvest"? Hvis ja, hva? (Mulig å merke flere alternativer.)

Besvart: 449 Hoppet over: 1



SVARVALG	SVAR
Ja, jeg publiserer bilder fra fine turer som tips til andre. (1)	14.48% 65
Ja, jeg har spurt om tips til trygge turer og fått hjelp av folk med mer erfaring enn meg. (2)	3.12% 14
Ja, jeg har lagt ut innlegg angående snødekket og advarer andre om eventuelle farlige forhold. (3)	2.23% 10
Ja, jeg har lagt ut innlegg som ikke angår turplanlegging eller snøforhold. (f.eks. utstyrstips/lost and found/ol.) (4)	4.23% 19
Jeg har ikke publisert noe, men er ikke fremmed for en god diskusjon eller komme med innspill i kommentarfeltene. (5)	11.14% 50
Nei. (6)	70.38% 316
Totalt antall respondenter: 449	
GRUNNLEGGENDE STATISTIKK	
Min. 1.00	Maks. 6.00
Median 6.00	Gjennomsnitt 4.95
	Standardavvik 1.80