

Naturbaserte aktiviteter som livsstil, arbeid og grunnlag for valg av bosted.

*Hvordan forstå livsstil som motiv for valg av bosted?
En casestudie av syv aktører i Lofoten.*

Sarah Maria Peters

Masteroppgave i samfunnsplanlegging og kulturforståelse
Juni, 2014



© Forsidebilde: Unstad, Lofoten. Fotograf/copyright: Chris Burkard.

Sammendrag

Mer kunnskap om koblingen mellom et sted som reisemål og som bosted har vært motivasjonen for valg av tema til masteroppgaven. Gjennom en tverrfaglig tilnærming er livsstil valgt som fenomen for å forstå nye motiv innenfor valg av bosted. Livsstilsflytting er et begrep som baserer seg på det engelske "lifestyle migration", og beskriver det som kan forstås som en global trend. Økt valgfrihet, mobilitet og mulighet til å dyrke personlige interesser i skjæringspunktet mellom jobb og fritid bidrar til et mer komplekst bilde når det gjelder forståelsen av sted, og setter nye krav til planlegging. Fra å være et mål i seg selv, er valg av bosted snarere blitt et middel for å oppnå noe mer. Nyere flyttestudier viser behovet for å forstå flyttemotiv innenfor en større sammenheng.

I oppgaven er mobilitet, nettverkskapital, global stedsidentitet og forholdet mellom konsum og produksjon noen stikkord som belyser endringer i motiv for valg av bosted. Livsstilsentreprenørskap regnes som en av de mest tilgjengelige mekanismene for livsstilsflytting, og er valgt som case for å belyse livsstilsflytting. Oppgaven viser også til hvordan valg av bosted og valg av feriested kan forstås innenfor liknende mekanismer.

I oppgaven blir vi kjent med syv entreprenører i Lofoten, som har bosatt seg i regionen først og fremst motivert av muligheten for å utøve naturbaserte aktiviteter. Gjennom analysen får vi innsikt i hvorfor de har bosatt seg i Lofoten, og hvilke muligheter og utfordringer de opplever i forbindelse med å bosette seg, og starte virksomhet.

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG	3
FORORD	5
1. INNLEDNING	9
1.1. BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA.....	9
1.2. TEORETISK PLATTFORM	11
1.3. PROBLEMSTILLING OG FORSKNINGSSPØRSMÅL.....	12
1.4. METODE OG DATA	12
1.5. OPPGAVENS OPPBYGNING.....	13
2. BAKGRUNNSKAPITTEL	14
2.1. ENDRINGER I NÆRINGSSTRUKTUR, SYSSELSETTING OG BO- OG FLYTTEMOTIV	14
TEORETISK RAMMEVERK	17
3. LIVSSTIL	18
3.1. LIVSSTIL SOM SAMFUNNSVITENSKAPELIG BEGREP	18
3.2. LIVSSTIL OG LEVESETT	19
3.3. VALGFRIHET SOM PREMISS FOR ØNSKET LIVSSTIL.....	20
3.4. LIVSSTIL SOM FORHOLDET MELLOM JOBB OG FRITID	22
4. LIVSSTILSFLYTTING	23
4.1. DEFINISJON OG KONSEPTUALISERING AV LIVSSTILSFLYTTING	23
4.2. MOBILITET, STED OG NETTVERKSKAPITAL	25
5. LIVSSTILSENTREPRENØRSKAP	33
5.1. UTFORDRINGER OG UTVIKLING I BEGREPSFORSTÅElsen.....	33
5.2. ENTREPRENØRENS BETYDNING FOR STED, OG OMVENDT	35
5.3. KJENNETEGN VED LIVSSTILSENTREPRENØREN	35
6. OPPSUMMERING AV DET TEORETISKE RAMMEVERKET	40
7. METODE	43
7.1. CASE SOM METODISK GREP OG LOFOTEN SOM CASEREGION	43
7.2. FORMÅLSUTVELGING.....	46
7.3. KVALITATIV FORSKNING OG INTERVJU SOM METODE.....	47
7.4. INTERVJU SOM KUNNSKAPSPRODUKSJON	49
7.5. LIVSHISTORIE SOM METODE.....	49
7.6. FORSKNINGSETISKE REFLEKSJONER.....	51
7.7. UTFORDRINGER OG ERFARINGER FRA METODEARBEIDET	52
8. DATAANALYSE	54
8.1. ANALYSE DEL 1: VALG AV LOFOTEN SOM BOSTED.....	55
8.1.1. Oppsummering av analysen, del 1.....	60
8.2. ANALYSE DEL 2: ETABLERING AV VIRKSOMHET	61
8.2.1. Oppsummering av analysen, del 2.....	66

8.3. ANALYSE DEL 3: MULIGHETER OG UTFORDRINGER VED Å BO OG DRIVE I LOFOTEN.....	67
8.3.4. Oppsummering av analysen, del 3.....	77
9. DISKUSJON	79
10. AVSLUTNING.....	85
LITTERATURLISTE	90
VEDLEGG 1: KARAKTERISTIKK AV LOFOTEN SOM CASEREGION	99
VEDLEGG 2: INTERVJUGUIDE	108
VEDLEGG 3: SERTIFIKAT FOR KONFERANSEDELTAKELSES.....	110

FIGURLIGSTE

FIGUR 1 OPPGAVENS OPPBYGNING.....	13
FIGUR 3 FORHOLDET MELLOM LIVSSTILSFLYTTING OG TURISME.	42
FIGUR 8 BEFOLKNINGSSTATISTIKK FOR LOFOTEN I PERIODEN 1993 - 2014	101
FIGUR 9 DIAGRAM AV INNFLYTTINGER VS UTFLYTTINGER I LOFOTEN 1993 - 2013	102
FIGUR 10 FOLKETILVEKST, SAMLET FOR KOMMUNENE I LOFOTEN	103
FIGUR 11 SYSSELSETTING I LOFOTEN FORDELT PÅ BRANSJER	105
FIGUR 12 SAMLET ANTALL KOMMERSIELLE OVERNATTINGER I REGIONEN.	106
FIGUR 13 BEFOLKNINGSUTVIKLING I LOFOTEN, 2000-2012.	106
FIGUR 14 NASJONALE VS. INTERNASJONALE KOMMERSIELLE OVERNATTINGSØGN I LOFOTEN	107

They say home is a place you can choose to be
and I've decided to carry home inside me
so it's not really as if I am leaving
it's more like something pulling me

(Fra sangen House by the Sea, av Pål "Moddi" Knudsen)

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet som en del av mastergraden Samfunnsplanlegging og Kulturforståelse ved Norges Arktiske Universitet, Universitetet i Tromsø. Studiet ved UiT har gitt rom for tverrfaglig tenking, som har vært et viktig utgangspunkt for oppgaven. Å skrive masteroppgave har vært en personlig prøvelse på tålmodighet, innsats og evne til refleksjon. Det er både et privilegie, og en utfordring å få arbeide med et selvvalgt tema over så lang tid. For gode råd, oppmuntringer og motivasjon underveis er det mange som fortjener en takk.

Takk til Arvid Viken for god faglig og språklig veiledning.

Takk til andre ansatte ved UiT for gode innspill, og for velvillig å ha lånt meg bøker.

Takk til Lars Ueland Kobro, Bård Jervan og gjengen i Mimir og for gode innspill i idéfasen.

Takk til gjengen på SPL14 for noen trivelige år i Tromsø. En spesiell takk til min feltpartner Karoline Fosslund for fin Lofotentur, for korrekturlesing, men først og fremst for godt vennskap og fine turer i løpet av Tromsøtiden.

En stor takk går til alle dere som har stilt som informant til oppgaven. Takk for at dere ville dele deres historie med meg. Det har vært inspirerende og hyggelig.

Tusen takk til Miljøverndepartementet for masterstipend.

Takk til Lofotrådet for stipend, og spesielt takk til Ørjan Arntzen, prosjektleder for BoiLofoten, for interesse og engasjement i forbindelse med oppgaven. Stipendene kom godt med for å kunne dra på felttur til Lofoten, i tillegg til mulighet til å delta på relevante konferanser.

Takk til min Hasse, som har holdt ut med en til tider forvirret og frustrert kjæreste, og distraheret meg med fantastiske Svalbardturer.

Tromsø, 1. Juni 2014
Sarah Maria Peters

1. Innledning

Freedom of movement, as represented in popular media, politics and the public sphere, is the ideology and utopia of the twenty-first century

(Elliot og Urry, 2010:8)

Temaet for denne masteroppgaven er livsstilsflytting og livsstilsentreprenørskap. Bruk av begrepet livsstilsflytting er basert på det engelske "lifestyle migration", og beskriver det som kan forstås som en global trend (Janoschka og Haas, 2014). Studier og litteratur innen flytteforskning (Turftin, 2012) er ofte basert på relativt tradisjonelle tilnærminger, og tar i liten grad høyde for flyttemotiv som ikke passer inn i stereotypiske idéer om flyttere til bestemte områder (Benson og O'Reilly, 2009). Denne påstanden underbygges i mer praktisk sammenheng og for så vidt i norsk sammenheng gjennom analyser gjort i forbindelse med den første landsomfattende bo- og flyttemotivundersøkelsen siden 1972, som ble gjennomført av NIBR (Norsk Institutt for By- og Regionalforskning) i 2008. I analyser av denne synliggjøres behovet for en mer aktør- og meningsorientert tilnærming for å forstå folks valg av bosted, framfor en strukturell tilnærming som tradisjonelt har preget mye av flytteforskning (Sørli, Aure og Langset, 2012). Munkejord er en av de som har bidratt til å sette en slik tilnærming på dagsordenen innen forskning, gjennom sin avhandling, "Hjemme i Nord" (Munkejord, 2011).

1.1. Bakgrunn for valg av tema

Noe av bakgrunnen for valg av tema er min interesse for koblingen mellom reiselivsutvikling og lokalsamfunnsutvikling. Reiselivsnæringen er i mange kommuners planstrategi uttalt som viktig for sysselsetting og verdiskaping, ved siden av primærnæringer og industri. Arbeid med omdømmebygging, bolystprosjekter og masterplaner for reiselivet skjer gjerne parallelt, men ikke nødvendigvis som et samarbeid. En utfordring mange kommuner har er å få til en sterkere kobling mellom den verdiskapingen som skjer i reiselivet og i lokalsamfunnet ellers (Kobro, Vareide og Jervan, 2013) og samtidig formidle, forvalte og foredle de ressursene man har på en god og langsiktig måte. Ulike verdisyn, prioriteringer og strategier gjør stedsutvikling til komplekse og utfordrende tema. Diskursen i media og fokus i flere

flytteundersøkelser er gjerne preget av et ”fraflyttingsperspektiv”, fremfor å få kunnskap om motivene og historiene til de som flytter til et sted, de som flytter tilbake til et sted og de som blir værende (Antonsen, 2011).

”Mens dagens 40 – 50 -åringer vokste opp i et fiskerisamfunn, er ungdommen i dag flaska opp på reiselivsnæringa sine idylliske bilder av Lofoten” (Antonsen, 2011:64). Sitatet påpeker noen poeng i oppgaven, som både går på hvordan man kan forstå endringer i næringsstruktur, og arbeidet som gjøres i regionen for å ivareta sysselsetting. Hvilken bilder og verdier er det man ønsker å formidle for å bli attraktive som bostedsvalg for boende, tilflyttere og tilbakeflyttere? Et annet eksempel er en kronikk i Bergens Tidene (Viken i BT, 20. mai, 2009) der det settes fokus på hvordan mange steder jobber iherdig med imagebygging og merkevarebygging av sted for å skape bolyst og tilflytting. Denne typen fremstillinger av steder er kritisert og karakteriseres som ”distriktspopulisme”, hvor man gjennom bruk av natur og stereotypisering av småsamfunn på en klisjefylt måte lokker unge, ambisiøse entreprenørsjeler og utdannende folk til bygde-Norge: ”Den politiske motkulturen er erstatta med glatt medkultur og snøbrett, pudderdynka omgivnader for deg som ønskjer å gå rett inn i leiarstillingar (fordi her er ingen konkurranse), og leve fritt som fuglen med ei friskluftsprega fritid” (Viken i BT, 20. mai, 2009). Det Viken påpeker er at det er lett å havne i en kommersiell, og heller upersonlig markedsføringsfelle som er verdiløs når det gjelder å jobbe med bostedsattraktivitet.

De siste årene har det vært flere tv-serier (for eksempel NRK seriene *Fjellfolk* og *Der ingen skulle tru at nokon kunne bu*) og avisreportasjer som skildrer mennesker som har valgt arbeidsplass og livsstil tett knyttet til fritidsinteresser og forhold til natur og spesielle utøvermiljø. I Dagens Næringsliv (23. november, 2013) kunne vi lese om studenter som velger Norge som studiested på grunn av naturen og fritidsmulighetene, og i Aftenposten sin reportasje (6. juni, 2011) ble det satt fokus på hvordan de store selskapene i Norge bevisst bruker omgivelsene for å rekruttere ingeniører. Rolls Roys trekkes frem som eksempel i Aftenpostens reportasje. En som jobber med rekruttering i selskapet kan fortelle til avisen at: ”De nyansatte ingeniørene forteller at mulighetene – både i og utenfor jobben – nå begynner å bli en «snakkis» blant tidligere studiekamerater. Svensken Gabriel Østling trekker som eksempel frem en kompis om fikk jobb i Dubai. Nå vil mannen til Norge. Årsak: Fritiden høres litt mer spennende ut her i landet” (Aftenposten, 6. juni, 2011).

Norge er kjent som et vakkert land, og Innovasjon Norges Optima undersøkelser viser år på år at naturopplevelser og det å være aktiv i naturen er hovedmotivasjon for å komme til Norge som turist, innen mange av de viktigste markedslandene (Innovasjon Norge, 2014). Vakkert landskap er ikke en knapp ressurs i Norges landstrakte land, og de rike naturressursene har igjennom tidene satt sitt preg på bosettingsmønsteret. Som NRK programmet “Der ingen skulle tru at nokon kunne bu” visualiserer, er det nesten ingen plass som er for bortgjemt til at folk velger å bo der. Bosettingen i Norge kjennetegnes av å være spredt, og på tross av den sentraliseringen som skjer, i likheten med i resten av verden, har vi i motsetning til de fleste vest-europeiske land en distriktpolitikk med helt spesielt fokus på å bevare bosettingsmønsteret i landet (NOU, 2011).

Undersøkelser av flyttemotiv viser at når arbeidsmarkedet er godt, vektlegger man andre ting enn arbeidsplass ved valg av bosted (Sørli, Aure, og Langset, 2012). Det betyr derimot ikke at behovet for arbeid blir mindre av den grunn. Endring i næringsstruktur har ført til nye begrunnelser når det gjelder valg av bosted, men det viser seg at flyttemønster allikevel ikke endrer seg dramatisk (Sørli m.fl. 2012). Når valg av bosted i mindre grad kan forklares med arbeidsplassvariasjon blir det desto viktigere med kunnskap om flyttestrømmer basert på motiv som ser på andre forhold (Kobro m.fl. 2013:21). Et økende antall kvantitative og kvalitative studier har de siste årene vokst frem for å forklare livsstil som et raskt voksende motiv innenfor flytting og valg av bosted (Janouschka og Haas, 2014).

1.2. Teoretisk plattform

Med fare for å havne i den klisjéfylte fellen Viken skisserer i sin kronikk i BT (20. mai, 2009) er *livsstil, livsstilsflytting, entreprenørskap, og naturbaserte aktiviteter* valgt som tema og nøkkelord i denne oppgaven for å studere et aspekt ved valg av bosted i dagens samfunn. Livsstilsbaserte valg av bosted knyttet til fritidsinteresser blir av Janouschka og Haas (2014) beskrevet som en god prototyp på hvordan folk organiserer livene sine i det postmoderne samfunnet preget av flyt av varer, tjenester, mennesker og muligheter. En slik tilnærming er sett på som god å bruke for å utfordre noen av de vanlige antagelsene og tilnærmingene i tradisjonell flytteforskning (Janouschka og Haas, 2014:4). Mens livsstilsflytting er hovedfenomenet i oppgaven er livsstilsentreprenørskap valgt som case, og analytisk begrep for å spisse oppgavens fokusområde og problemstilling. Entreprenørskap er dessuten

forbundet med en av de vanligste mekanismene for å realisere valg av bosted knyttet til ønske om å bo et sted for å leve en bestemt livsstil, i attraktive omgivelser (Stone og Stubbs, 2007).

Noe av målet med oppgaven er å bidra til å forstå livsstilsflytting som et relevant aspekt innen flytteforskning. Begrepet ”glokal stedsidentitet” brukes i litteraturen for å beskrive hvordan mekanismer på overordnet nivå i samfunnet på tvers av kommunegrenser og landegrenser utgjør premisser for bostedsvalg og tilknytning til steder (Torkington, 2012). Økt valgfrihet, mobilitet og mulighet til å dyrke personlige interesser i skjæringspunktet mellom jobb og fritid bidrar til et mer komplekst bilde når det gjelder forståelsen av sted, og setter nye krav til planlegging.

1.3. Problemstilling og forskningsspørsmål

Opgavens overordnede problemstilling er:

Hvordan kan livsstil brukes for å forstå og forklare valg av bosted og jobb?

Forskningsspørsmål :

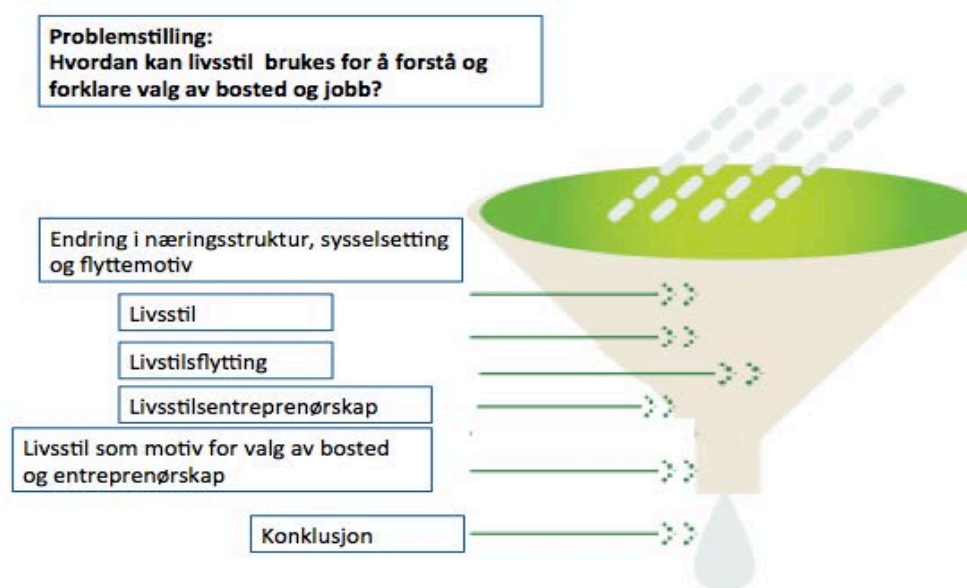
- På hvilken måte kan man forstå livsstilsflytting til Lofoten?
- Hvordan utgjør entreprenørskap en mekanisme for valg av bosted?
- Hvilken muligheter og utfordringer oppstår i skjæringspunktet mellom jobb og fritid?

1.4. Metode og data

For å belyse oppgavens tema er Lofoten valgt som caseregion. Datainnsamlingen består av dybdeintervju med syv aktører som har flyttet til Lofoten for å utøve naturbaserte aktiviteter, og som har startet egen virksomhet primært i tilknytning til naturbaserte aktiviteter. De fleste intervjuene er gjort på feltarbeid i regionen, og informantene er identifisert ved hjelp av snøballmetoden via ulike nettverk. Intervjuene baserer seg på en kombinasjon av narrative- og livshistorieintervju. Mer om utvalgsriterier og intervjumetode presenteres i metodekapittelet på s. 43.

1.5. Oppgavens oppbygning

Oppgavens oppbygning baserer seg på en traktmodell. I bakgrunnskapittelet blir noen generelle tendenser og endringer innen næringsstruktur, sysselsetting og bo- og flyttemotiv i Norge presentert. Andre del av oppgaven består av den teoretiske plattformen. Her redegjøres det for livsstil, livstilsflytting og livsstilsentreprenørskap som samfunnsvitenskapelige begrep. Innfallsvinkelen til teorien er å fokusere på noen begrep som går på tvers av disse. Mobilitet, sted og forholdet mellom jobb og fritid er noen av fellesnevnerne. I tredje del av oppgaven presenteres metode og dataene, og i den avsluttende delen drøftes forskningsspørsmålene. En tilnærming basert på traktmodellen er sett på som relevant for å se strukturelle endringer på overordnet samfunnsnivå i sammenheng med handlinger på individnivå. Modellen under illustrerer oppgavens teoretiske oppbygning.



FIGUR 1 OPPGAVENS OPPBYGNING

2. Bakgrunnskapittel

2.1. Endringer i næringsstruktur, sysselsetting og bo- og flyttemotiv

Norge har verdens nest lengste kyst som strekker seg hele 100 915 km over 13 breddegrader (SNL). Den rike tilgangen til naturressurser har i stor grad formet bosettingsmønsteret i Norge. Tilgang til fiske, vannkraft og etablering av industri innen eksempelvis treforedling, metaller og kunstgjødsel har tradisjonelt sett vært dominerende faktorer for etableringen og opprettholdelse av lokalsamfunn (NOU, 2011:40). Fremdeles er bosettingen som kan relateres til primærnæringer betydningsfull, og i stor grad lokalisert der ressursene finnes. Men dette er i endring. Innen flere sentrale primærnæringer og industri har det de siste par tiår vært en tendens til at flere av dem som arbeider med råvareuttak bor et annet sted enn der uttak skjer (NOU, 2011). Flere industrikommuner har opplevd nedleggelse og utflagging av dominerende arbeidsgivere (ibid). Etter hvert har det blitt en strukturell endring i nærings sammensetting og fordeling av sysselsettingen innen tjenestebaserte næringer og primær- og sekundærnæringer (NOU, 2011).

Overgangen fra en økonomiform til en annen har i dag ført til en overlappning av ulike økonomier snarere enn en mer ensidig økonomi som har preget næringsstruktur i tidligere faser. Et argument i oppgaven er at en relativt ny dimensjon i næringsstruktur i dag er opplevelsesøkonomiens inntog. Pine og Gilmore (1999) er kjent for å være blant de første til å beskrive utfyllende om overgangen fra tradisjonell økonomi til opplevelsesøkonomi. De beskriver det som et skifte i forholdet mellom tilbud og etterspørsel, blant annet i form av hvordan forventninger til service i dag har gått over til at kunden selv ønsker å være deltakende i leveransen og det endelige produktet eller opplevelsen. De argumenterer for at endringer i forventning mellom konsum og produksjon har påvirket sentrale mekanismer i markedssituasjonen, og hvordan det er blitt en forskyvning i grensen mellom individ og marked. Pedersen (2012) samler en rekke tråder når det gjelder å forstå opplevelsesøkonomi i dag, og beskriver blant annet hvordan mekanismene til opplevelsesøkonomi handler om å skape merverdi gjennom kundetilpasning. Dette er i tråd med Pine og Gilmores forståelse av opplevelsesøkonomi. Noe av det som dermed skiller opplevelsesøkonomien fra serviceøkonomien er en foredling av tjenesten, slik at den i enda større grad involverer individuelle referanser og preferanser hos kunden (Pedersen, 2012). I Norge står enda primær-

og sekundærnæringer som helt sentrale når det gjelder sysselsetting og økonomisk verdiskaping. Opplevelsesøkonomi som en ny dimensjon i den økonomiske strukturen innebærer i følge Pedersen (2012) et perspektivskille. ”Mens alle de foregående økonomiene har vært drevet frem av produsentrollen som ståsted, er man i opplevelsesøkonomien opptatt av å skape verdier sammen med kunder” (Pedersen, 2012:60).

Selv om det skjer en omstilling i næringsstrukturen er arbeidsledigheten svært lav i Norge, om man sammenligner tallene med land i Europa for øvrig og USA. For å illustrere det kan det tas med at arbeidsledigheten i Norge, høsten 2013, lå på 3.3 prosent (tall fra SSB), mot 8 prosent i Sverige, 6.7 prosent i Danmark og ellers svært høy i de fleste europeiske land med ekstreme 26.3 prosent i Spania. Tall fra SSB viser at den relative fordelingen av andelen arbeidsledige innlands er jevnere i Norge enn i nabolandene. Hvert år skapes det mellom 10 - 15 prosent nye jobber i norsk økonomi, samtidig legges nesten like mange jobber ned (NOU 2011:10). De nye jobbene som skapes er av ganske annen karakter enn jobbene som forsvinner, og den samme rapporten påpeker videre at de regionene som opplever sysselsettingsnedgang totalt sett er i det vesentlige mindre sentrale bo-og arbeidsmarkedsregioner. Det kommer også frem her at omstillingstakten er høy for de aller fleste regioner (NOU 2011:49).

I Norge har det vært langt mellom landsdekkende bo- og flytteundersøkelser. Den nyeste ble satt i gang i 2008. Sist en tilsvarende undersøkelse ble utført var i 1972 (Sørli, Aure og Langset, 2012). I løpet av de 36 årene har det skjedd en del endringer i holdninger og adferd når det gjelder valg av bosted, noe som synliggjøres i analyser av NIBR undersøkelsen fra 2008 (Aure, Langset, og Sørli, 2011; Sørli, Aure og Langset, 2012). Et av de mest fremtredende forskjellene, som underbygger det som kom frem i NOU's rapporter (2004; 2011), er at mens arbeid var det mest fremtredende flyttemotivet i 1972, kom familieårsaker opp som det største flyttemotivet i 2008. Den aller største forskjellen viste seg imidlertid å være den sterke vektleggingen av forhold knyttet til sted og miljø i den nyeste undersøkelsen (Aure m.fl. 2011).

Bak forskjellene i flyttemotiv mellom 1972- og 2008 undersøkelsene er det en rekke faktorer som spiller inn. Samtidig som man ser en del fellestrekk i flyttemønster, er begrunnelsene av

annen art i den nyere undersøkelsen. En av faktorene Aure m.fl. (2011:8) påpeker er økt teoretisk oppmerksomhet rundt egenskaper ved tilflyttingssteder. Begrep som stedsattraktivitet og utvikling av feltet ruralsosiologi har satt sitt preg på hvordan man tar med i betraktning og tolker enkeltindividers forestillinger av steder, og kategorier av steder og hvordan det bidrar til å påvirke valg av bosted (Munkejord, 2011). Munkejord viser til hvordan de tradisjonelle perspektivene på flytteforskning de siste par tiårene har blitt utfordret av en aktør- og meningsorientert tilnærming (Munkejord, 2011). Mens det har vært forsøk på å dempe de sentraliserende flyttestrømmene, er det i kjølvannet av tolkningene som gjøres av NIBR undersøkelsen identifisert et behov for heller å forsøke å finne motiv som kan være politisk påvirkelige. Men som Sørliie m.fl. (2012:26) påpeker så ”befinner de fleste motiv seg innenfor en kontekst som i stor grad er bestemt av trekk ved samfunnsutviklingen ellers”. Bo- og flyttemotivsundersøkelsen og analysen som gjøres av Sørliie m.fl. (2012) går igjennom begrunnelsene folk gir for valg av bosted, og ser et mønster i at en vesentlig del av endringene kan forklares ved økende valgfrihet på stadig flere områder. Videre påpekes utfordringene dette innebærer for den etablerte kunnskapen innen flytteforskning, der arbeid og økonomiske forhold tradisjonelt har vært sett på som de viktigste flyttemotivene. Analyser gjort av flyttemotivsundersøkelsen tolker en rekke funn dithen at ”arbeid har fått mindre betydning som motiv, men sterkere betydning som rammebetingelse” (Sørliie m.fl. 2012:27).

Ustabilitet og nedgang i primærnæringer og industri har resultert i det som av Halseth (1999) betegnes som økonomisk og sosial stress, som særlig har synlige konsekvenser for små steder, både for de som bor der, og potensielle tilflyttere. Noen forhold som har kommet frem i internasjonale studer er utfordringer knyttet til tilbud på boligmarkedet, spesielt i form av attraktive og tilgjengelige tomter til en fornuftig pris som tillater unge folk å bosette seg.

I neste del av oppgaven går vi inn på det teoretiske rammeverket. Her presenteres noen teoretiske tilnærminger i forståelsen av livsstil, livsstilsflytting og livsstilsentreprenørskap.

Teoretisk rammeverk

I det teoretiske rammeverket blir det redegjort for noen sentrale analytiske perspektiv som danner utgangspunktet for diskusjonen i slutten av oppgaven. Valg av bosted, oppstart av egen bedrift og bruk av naturen som arena for både jobb og fritid i Lofoten, er forhold som synliggjør en type livsstilsflytting, ifølge oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål. Livsstilsflytting som teoretisk fenomen kan forstås på bakgrunn av ulike faktorer. Mobilitet, forståelsen av sted, og entreprenørskap fremheves som sentrale forhold i litteratur om livsstilsflytting. I bakgrunnskapittelet ble endringer i næringsstruktur og sysselsetting skissert som en konsekvens av endringer på mer overordnet samfunnsnivå.

Oppgavens teoretiske del er delt inn i tre kapitler. Først presenteres begrepet livsstil som samfunnsvitenskapelig begrep. Deretter presenteres livsstilsflytting, og hvordan det redegjøres for i litteraturen som en følge av endringer på overordnet samfunnsnivå. Som en synliggjøring av livsstilsflytting er entreprenørskap innen naturbaserte reiselivsbedrifter valgt som case i oppgaven. I den siste delen av teorikapittelet blir det derfor redegjort for en forståelse av entreprenørskap som mekanisme innen livsstilsflytting. Her vil noen sentrale kjennetegn beskrives, som forholdet mellom jobb og fritid, motivasjon, utfordringer og betydningen av nettverkskapital.

3. Livsstil

On the level of the self,
a fundamental component of day-to-day activity
is simply that of choice

(Giddens, 1991:80)

En av utfordringene med å bruke begrepet "livsstil" er mangelen på enighet om hvordan det kan defineres (Walmsley, 2003). Det blir i bred forstand brukt flittig i media, men på akademisk nivå er det manglende enighet om hva som definerer begrepet (Jensen, 2007). En utbredt forståelse er livsstil som summen av helserelaterte forhold (eksempelvis inntak av sukker, alkohol og tobakk), og den kanskje mest utbredte bruken av begrepet knyttes til konsum av materielle ting (Jensen, 2007:64). Det er særlig siden begynnelsen av 1980-tallet at livsstil ble et populært begrep. Først og fremst er det brukt mye i vestlige land i forbindelse med kommersiell markedsføring av eksemplis eiendommer, matdietter og matvarer, samliv og en rekke andre produkter (Veal, 2000). Livsstil har også hatt en sentral plass i fritidsrelaterte studier (Walmsley, 2003; Veal, 2000; 2001). På slutten av 1980-tallet tar Veal et oppgjør med definisjon av begrepet livsstil, og kritiserer samfunnsvitenskapen for å bruke det på en måte han ser som overfladisk og ukritisk, som kan sammenlignes med måten kommersielle interesser bruker begrepet på (Veal, 1989 i Veal 2000:iii). Mengden redegjørelser og studier innen temaet er blitt omfattende, og i en litteraturgjennomgang gjort av Veal (2000) ble over 400 artikler, minst åtte til dels svært ulike tilnærming og over tretti ulike definisjoner synliggjort.

3.1. Livsstil som samfunnsvitenskapelig begrep

På tross av ulik bruk av begrepet er det på bakgrunn av de mange studiene som ble gjennomgått identifisert en rekke fellestrekk ved livsstilsdefinisjoner som Veal mener bør tas med i betraktning for en god definisjon. Disse er "aktiviteter og adferd, verdier og holdninger, gruppe vs. individ, gruppe interaksjon, sammenheng med aktivitet, gjenkjennelig, valgfrihet" (fritt oversatt etter Veal, 2000:9). På bakgrunn av disse elementene formulerer han følgende definisjon: "Lifestyle is the pattern of individual and social behaviour characteristic of an individual or a group" (Veal, 2000:9). Definisjonen til Veal bygger på det han mener de ulike elementene koker ned til, som når det kommer til stykke består av et gjenkjennelig mønster av

spesifikke handlinger og karakteristikk både på individ- og gruppenivå. Definisjonen som sådan er relativt overfladisk, og krever en god begrunnelse som redegjør hver av elementene i en gitt sammenheng. En annen teoretiker som ikke baserer seg på Veal, men som på mange måter har en lignende tilnærming og definisjon er Jensen (2007). Han argumenterer for at livsstil må forstås på en mer nyansert og pluralistisk måte enn slik det fremstilles i kommersiell sammenheng. Jensen (2007:63) ser på hvordan begrepet anvendes innen sosiologien, og at det i likhet med en rekke andre felt brukes til å beskrive en av mange livsstiler med tanke på ulike måter grupper og individer uttrykker seg selv på, først og fremst knyttet til verdivalg og interesser. Eksempler han trekker frem er bruk av fritid og valg av feriemål; hvordan transportmiddel man velger, som sykkel, buss, privatbil, fly, tog; hvordan matvarer man velger; valg av utdanning og arbeidssted; valg av kommunikasjon (språk og teknologi); og samfunnsengasjement (Jensen, 2007:63).

Den sosiologen som kanskje i størst grad tilnærmer seg begrepet som et helhetlig fenomen og et fundamentalt kjennetegn for dagens samfunn er Anthony Giddens. Hans tilnærming er grunnlaget for en rekke andre forståelser innen samfunnsvitenskapen. Der andre definisjoner fokuserer mer på enkeltelementer formidler Giddens en større kompleksitet i sin definisjon av livsstil, der både strukturelle samfunnsmessige forhold og den individuelle søken etter ønsket livsstil inngår i sammenheng. Giddens definerer livsstil som følger: "a lifestyle can be defined as a more or less integrated set of practices which an individual embraces, not only because such practices fulfil utilitarian needs, but because they give material form to a particular narrative of self identity" (Giddens, 1991:81). For Giddens dreier konseptet "livsstil" i dagens samfunn seg om det han kaller "the reflexive project of self". En form for selvrealisering der valg og de handlinger man foretar seg er, som han formulerer det, en materialisering av ens egen historie – "the narrative of the self" (ibid).

3.2. Livsstil og levesett

I norsk sammenheng er Marianne Gullestad en sentral samfunnsforsker som har sett på begrepet livsstil og knyttet det til identitet og levesett. Hennes tilnærming ser jeg som nyttig for oppgavens videre bruk av begrepet. Gullestad sin forståelse bygger på mange måter på liknende elementer som de Veal og Jensen vektlegger, men har slik jeg forstår det en mer konkret og nyansert kobling til hverdagslivet og samfunnsendringer. Hun ser på utviklingen i

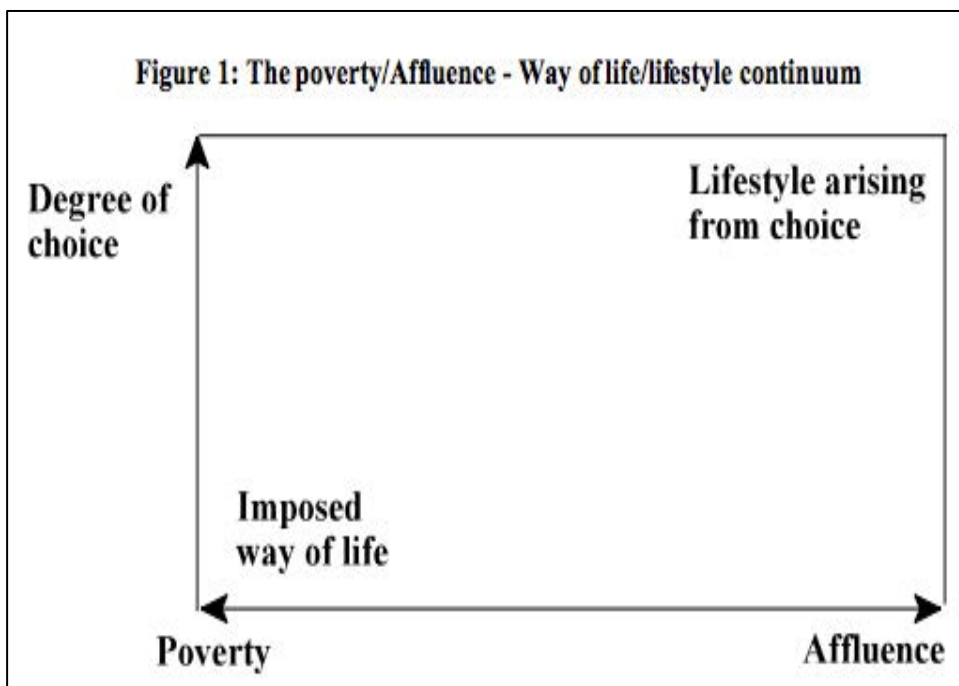
norsk samfunnsliv, og hvordan utviklingen i vestlige land for øvrig har ført til nye livsløp for enkeltpersoner og nye referansegrupper og grupperinger i befolkningen (Gullestad, 1989: 106). Først og fremst bruker hun begrepene livsstil, levesett og identitet som analytiske begrep for å forklare hvordan forskjellige former for ulikhet oppleves og spilles ut i slutten av det tyvende århundre. Livsstil utvikles, mener hun, i sosiale sammenhenger og påvirkes dermed også av endring i sosial struktur og samfunnsendringer. I den vestlige verden blir livsstil i økt grad et uttrykksmiddel der ”enkelte mennesker skaper integrasjon og identitet blant annet ved å kommunisere den til andre via livsstil” (Gullestad, 1989:103). Levesett definerer hun som ”både økonomiske, organisatoriske og kulturelle aspekter ved en måte å leve på” (Gullestad, 1989:104). Livsstil definerer hun som ”de kommunikative aspekter, som symbolverdier ved levesett” (ibid.). På den måten kan man forstå livsstil som de sidene ved levesettet som tillegges verdi og som fremheves for eksempel i sosiale sammenhenger og personlige prioriteringer.

3.3. Valgfrihet som premis for ønsket livsstil

Ulike ”livsstilsgrupper” blir i litteraturen gjerne studert hver for seg, og et viktig poeng mener Walmsley (2003) er at livsstilsgrupper ikke må forveksles med sosiale klasser, fordi det i utgangspunktet ikke er noe personen selv har kontroll over eller i alle fall kun begrenset kontroll. Allikevel gjøres det innen flere studier kategorisering av livsstil knyttet til velstand og kapital (spesielt sosial og økonomisk). Gullestad er en av dem som ikke går utenom sosiale forskjeller og sosiale klasser for å forstå livsstil. Selv om det i vårt vestlige samfunn kan argumenteres for at det er relativt små sosiale forskjeller i form av tilgang til velferdssamfunnet, blir større valgmuligheter og betydningen av symbolverdi sentrale trekk i samfunnsbildet. Gullestad så i sine studier på slutten av åttitallet allerede en samfunnsendring der sosiale spill og bevisste handlinger kunne oppfattes som ”livsstilskonkurranse hvor gevinsten er en bekreftet og anerkjent sosial identitet” (Gullestad, 1989:105). En slik tilnærming (se også Scheiner og Kasper, 2003) indikerer en endring fra sosiale klasser målt i strukturelle forhold som utdanning, inntekt og profesjonstittel til mer individuelle forhold knyttet til måter å uttrykke verdier og holdninger på. På side 31 blir det gått inn på nettverkskapital som en måte å uttrykke dette på.

Felles for tilnærmingene til livsstil som er skissert hittil er at endring i samfunnsstruktur og større valgfrihet står sentralt. Valgfrihet er, ifølge Veal (2000) også muligens det mest komplekse forholdet når man snakker om livsstil. Veal baserer seg på Rojek sin modell, som på en enkel måte illustrerer forholdet mellom valgfrihet og ønsket livsstil (Rojek, 1985 i Veal, 2000:16).

Modellen tillater å se på graden av ønsket livsstil som et resultat av sammenhengen mellom velstand og valgfrihet. Velstand i denne modellen er i utgangspunktet tenkt som økonomisk kapital. I denne oppgaven er velstand i form av økonomisk kapital byttet ut med nettverkskapital for å forstå livsstilsflytting og entreprenørskap. Nettverkskapital er en del av en bredere tilnærming til velstand, der nettverk og sosiale relasjoner utgjør sentrale ressurser både med hensyn til valg av bosted, og etablering av virksomhet. Det blir gjort en grundigere redegjørelse for disse forholdene under avsnittet om entreprenørskap, se side 33.



FIGUR 2 LIVSSTIL SOM FORHOLDET MELLOM VALGFRIHET OG VELSTAND. (KILDE: ROJEK, 1986, I VEAL, 2000:16)

3.4. Livsstil som forholdet mellom jobb og fritid

Det som spesielt Veal (2000) påpeker er livsstilsbegrepets sentrale posisjon i fritids- og turismerelaterte studier. Blant annet fremhever Veal definisjonen til en av de tidlige og sentrale sosiologene innen turismestudier, Dean MacCannel, som passer godt med denne oppgavens tilnærming til temaet. MacCannels definisjon lyder som følger: "Life-style, a generic term for specific combinations of work and leisure." (MacCannel, 1979 i Veal, 2000:102). Dette faller overens med noen sentrale tilnærminger av livsstilsentreprenørskap (Clarie, 2012) som blir presentert på s. 36. Veal (2000; 2001) argumenterer for nytten av å bruke begrepet, og mener det tilgjengeliggjør nye kreative veier for fremtidige samfunnsvitenskapelige studier av fritid og turisme. De mer tradisjonelle strukturalistiske modellene og det han oppfatter som de mer pragmatiske empiriske tilnærmingene beskriver han som heller begrensede (Veal 2000:368). Walmsley (2003:66) argumenterer for at på tross av at det er utfordrende å få en felles begrepsavklaring så vil det han karakteriserer som "livsstils-relatert konsum" bli en av kjennetegnene i fremtidens samfunn, både med tanke på samfunnsendringer og økonomisk utvikling lokalt og globalt. På side 38 diskuteres endringer i forholdet mellom konsum og produksjon i dagens samfunn. Endringer i dette forholdet kan forstås som en mekanisme som er sentral når det gjelder å forstå nye motiv knyttet til valg av bosted og opplevelsen av et sted.

I neste avsnitt redegjøres det for livsstilsflytting. På flere områder er det en videreføring og utdyping av tema som har blitt nevnt i dette avsnittet. Eksempelvis er det i figur 2. på forrige side illustrert hvordan ønsket livsstil kan forstås som sammenhengen mellom velstand (her først og fremst forstått som sosial kapital og nettverk), og graden av valgfrihet. Begge er tema som også står sentrale i forståelsen av livsstilsflytting.

4. Livsstilsflytting

A self does not amount to much,
but no self is an island; each exists in a fabric of relations
that is now more complex and mobile than ever before.

(Lyotard, 1984 i Urry 2000:6)

Som akademisk begrep innen samfunnsvitenskapen er livsstilsflytting et relativt nytt fenomen, spesielt knyttet til vår samtid (Benson og O'Reilly, 2009; Torkington, 2012; Janoschka og Haas, 2014). Bruken av begrepet livsstilsflytting i denne oppgaven baserer seg primært på engelskspråklig litteratur, der begrepet "lifestyle migration" benyttes. Tilnærmingen i oppgaven baserer seg først og fremst på livsstil som motiv for valg av bosted. I tillegg forstås det til en viss grad i noe bredere forstand ettersom migrasjon, som brukes på engelsk, innebærer flere dimensjoner av flytting enn selve bostedsdelen, jf. turisme, sesongarbeid etc. Livsstilsflytting er et fenomen som hittil i begrenset grad har blitt studert. Verken hvilken betydning det har for et sted, eller hva det innebærer på individuelt nivå (Benson og O'Reilly, 2009; Torkington, 2010). Janoschka og Haas (2014:1) hevder det er bevis for at det de karakteriserer som "privilegerte former for mobilitet" kjennetegner livsstilsflytting, og at denne formen for mobilitet er i vekst i internasjonal sammenheng. Et fokus i oppgaven er koblingen mellom livsstilsflytting og turisme. To begrep som er med på å forme rammeverket innenfor dette kapittelet er mobilitet og sted.

4.1. Definisjon og konseptualisering av livsstilsflytting

Litteratur som begynte å se på ulike trender innen flytting knyttet til valg av en bestemt livsstil begynte særlig blant sosiologer, sosialantropologer og geografer (Torkington, 2010). I dag preges de faglige diskusjonene om livsstilsflytting av en enda bredere tverrfaglig diskurs som også omfatter fagfelt som turisme, planlegging og statsvitenskap. Den brede tverrfagligheten gjenspeiles også i økningen av mengden litteratur om temaet. Benson og O'Reilly (2009) hevder at begrepsapparatet brukt i tidligere flytteforskning ikke har vært tilstrekkelig for å forstå og forklare nye mer utradisjonelle flyttemotiv, og har basert seg på mer strukturelle forklaringer for valg av bosted som arbeid og familie. Flyttemotiv basert på ønske om en spesiell tilværelse har gjerne blitt sortert innunder enkelt-kategorier som for

eksempel pensjonister som flytter til varmere klima, folk som flytter fra byen til landet i søken på "det gode liv" (counterurbanisation) og sesongarbeidere (Benson og O'Reilly, 2009:609). Benson og O'Reilly (2009) argumenterer for at det på tross ulike kategoriene som representerer forskjellige aldersgrupper, livsfaser, aktiviteter og type steder, er mulig å forstå valg av bosted som et felles fenomen som koker ned til "livsstilsflytting". Deres definisjon er den som foreløpig tilsynelatende er den mest refererte når det gjelder livsstilsflytting:

Lifestyle migrants are relatively affluent individuals of all ages, moving either part-time or full-time to places that, for various reasons, signify, for the migrant, a better quality of life. (Benson og O'Reilly, 2009:609)

Det som i stor grad kjennetegner livsstilsflyttere i følge Benson og O'Reilly sin definisjon, er en form for privilegert tilværelse som gir mulighet for valg av bosted motivert av ønske om det gode liv, uavhengig av livsfase. De anerkjenner at mange som flytter nødvendigvis ønsker et godt liv, men at det innenfor rammene til livsstilsflytting dreier seg om relativt privilegerte mennesker som har en valgfrihet og som bevisst oppsøker attraktive omgivelser (pull faktor), framfor de som ser seg tvungen til å flytte fra et sted på grunn av for eksempel utfordrende økonomiske eller politiske situasjoner (push faktor) (Castles, Miller, og Ammendola, 2005).

En konseptualisering og nyansering av flyttemotiv er i følge Benson og O'Reilly (2009) spesielt nødvendig for bedre å forstå hvilke følger valg av bosted har både for stedet det flyttes fra, og stedet det flyttes til. Definisjonen tar høyde for at det er snakk om forflytning av mennesker, der hensikten kan være permanent flytting, men at det også kan omfatte kortere opphold enten sesongbasert, ferierelatert eller for en begrenset periode av annen art. Også Williams og Hall (2000) argumenterer for nytten ved å konseptualisere livsstilsflytting, særlig fordi det bidrar til å synliggjøre forskjeller, men vel så mye sammenhenger mellom valg av bosted, valg av sted for næringsvirksomhet og valg av feriested. De påpeker nødvendigheten av å forstå hver av forholdene for seg, men også betydningen av å se de i sammenheng. Deres forståelse underbygger behovet og nytten ved en tverrfaglig tilnærming til migrasjon og mobilitet, spesielt i forbindelse med turisme.

The complex links between tourism and migration are likely to become even more intricate in the future as changes occur in the nature of work, leisure and family organization ... New trends in tourism and migration similarly make it difficult to determine where is home, what is our identity and why are we here? (Williams og Hall, 2000:21)

Mekanismen bak endringene som på mange måter styrker sammenhengen mellom turisme og andre former for migrasjon blir av William og Hall (2000), blant flere, knyttet til mobilitet, og hva det innebærer i dagens samfunn. I neste avsnitt vil jeg kort gå inn på hvordan mobilitet kan forstås i tilknytning til livsstilsflytting og utvikling i dagens samfunn, og sammenhengen mellom mobilitet og sted.

4.2. Mobilitet, sted og nettverkskapital

Mobilitet har tradisjonelt blitt behandlet innenfor sosiologien som et samfunnsgeografisk begrep. Urry er blant de ledende sosiologene som har tatt for seg begrepet mobilitet, og sett på endringer i samfunnsutviklingen og hvilke konsekvenser det har fått for begrepsforståelsen. Det er Urrys' forståelse av mobilitet som i stor grad ligger til grunn for en rekke studier av livsstilsflytting og migrasjon (jf. blant annet McIntyre, 2009; Janoschka, 2010; Torkington, 2012). I dette avsnittet vil jeg dermed i relativt korte trekk presentere noen tilnærminger til mobilitet først og fremst basert på Urry (2000; 2007; Elliot og Urry, 2010).

Mobilitet må i dagens samfunn, ifølge Urry (2000), forstås som et mer komplekst begrep enn hva man har gjort tidligere. Det kanskje mest karakteristiske ved utviklingen av begrepet er at begrepsforståelsen har endret seg fra å være et geografisk fenomen til også å være et sosialt fenomen. Mobilitet omfatter flyten av mennesker, ideer, objekt og informasjon (Urry, 2007:17). Urry (2007) argumenterer for at det er begrepet mobilitet som bør stå i fokus når det gjelder å forstå sentrale mekanismer i dagens samfunn, fremfor samfunn og sted som sådan. Han argumentere videre for hvordan dagens forståelse av mobilitet består av flere individuelle komponenter som samlet sett har evnen til å redefinere forhold som eksempelvis konsum, fritid, arbeid, vennskap og familieliv. Han diskuterer utviklingen i teknologi og mobilitet som gjelder mennesker og viser hvordan de er med å påvirke maktrelasjoner, planlegging og endringer i dagens samfunn. Mobilitet skaper i den forstand en verden karakterisert av komplekse nettverk og en strøm av mennesker og gjenstander på ulike nivå

uavhengig av tid og sted. Ved å anerkjenne kompleksiteten kan man studere diversiteten i mobilitetsbegrepet ved å ta for seg enkeltfelt.

4.2.1. Livsstilsmobilitet

”If households are forever on the move, then the distinction of home and away loses its organisational and ideological power” (Urry, 2000:50). Urry er blant flere som påpeker det ofte uklare forholdet mellom turisme og migrasjon. I litteraturen er de fleste typer migrasjon tradisjonelt adskilt fra turisme, og flytting til en plass innebærer gjerne et mer eller mindre langvarig perspektiv. Torkington (2010) påpeker at utfordringer i den sammenheng blant annet er forståelsen av tidsperspektiv, i hvilken grad de som er på ferie eller bor midlertidig eller langvarig et sted tar del i lokalsamfunnet, og hva det innebærer å ”slå seg ned” et sted hvis tidsperspektivet uansett er relativt. I tillegg påpeker Torkington (2010) betydningen av at folk kan ha tilknytning til flere steder samtidig.

Også Giddens (1991) tar for seg begrepet mobilitet og argumenterer for at menneskers identitet ikke lenger er bundet til tradisjonelle og kulturelle forhold i samme grad som før. Både måten vi reiser på, valg av reisemål og spesielt valg av bosted blir i den forstand en del av identitetsbyggingen og det sosiale uttrykket til den enkelte. Williams og McIntyre (2012) bruker begrepet ”lifestyle mobilities”, her oversatt som livsstilsmobilitet. Sett fra et perspektiv der turisme og reiser både i form av ferie og fritid og jobberelaterte reiser vokser som aldri før, er sted og mobilitet i større grad blitt dikotomier i dagens samfunn. Torkington (2012) påpeker at det i økende grad er vanlig for folk å ha forbindelser til flere steder samtidig. Både Torkington (2012) og Williams og McIntyre (2012) baserer seg på Giddens’ beskrivelse av det postmoderne menneskets ønske om å realisere seg selv, og ønske om å kunne gjenspeile og fremheve verdier, holdninger og interesser gjennom valg av bosted, jobb og bruk av fritid. Dette er i tråd med forståelsen av livsstil, som skildret i forrige del av teorien. I dette står forhold til sted sentralt. Mobilitet og sted har i flere studier blitt behandlet adskilt, noe Williams og McIntyre (2012) påpeker som problematisk for en helhetlig forståelse av sammenhengen mellom disse. En vanlig oppfatning synes å ha vært at mobile personer i liten grad knytter sterke bånd til sted og omvedt; at de som knytter sterke bånd til sted i mindre grad er tilgjengelig for å flytte på seg (Stokols og Shumaker, 1982 i Williams og McIntyre, 2012:209). Dette forholdet har i nyere tid blitt behandlet som mer komplekst.

4.2.2. Forståelse av sted

Begrepet 'sted' er tradisjonelt først og fremst brukt innen geografi. Fra 1970-tallet ble det i større grad brukt mer tverrfaglig, særlig ble det tatt i bruk innen sosiologi (Cresswell, 2009). Endringer i dagens samfunn har utfordret stedsbegrepet i likhet med mobilitetsbegrepet, og forstås i dag som et mer komplekst fenomen enn i tidligere geografiske studier (Massey, 1991;1995). "Et sted kan være vår favoritt-Stressless, et rom, en bygning, et nabolag, en kommune, et land, et kontinent, en strand, en fjelltopp..." (fritt oversatt fra Gieryn, 2000:464). Gieryn foreslår at de fleste konseptualiseringer av sted omfatter tre komponenter: geografisk lokalisering, materiell fremstilling og form, og mindre håndfaste forhold som assosiasjoner, meninger og verdier. I tillegg til å definere hva sted er, ekskluderer han også hva sted ikke er. Det kanskje mest sentrale han ekskluderer fra forståelsen av sted, er rom. Rom i form av abstrakte forhold som avstand, retning, størrelse, form og volum holder han utenfor stedsforståelsen.

Stedsforståelsen handler i følge Creswell (2009:1) først og fremst om at hvert sted er en kombinasjon av materialitet, mening og praksis. I likhet med bla Ateljevic (2000) baserer de seg på Harvey (1993) som i motsetning til Gieryn forholder seg til rom, og mener at steder gjennom ulike praksiser og meningsforståelser blir konstruert som en form for materialisering av det romlige. Også Torkington (2012) legger vekt på det romlige, og beskriver hvordan et geografisk sted kan gis ulike meninger og ulike praksis i form av ulike romforståelser. Et eksempel er begrepet "tourist space" (MacCannel, 1973), som brukes innen turismestudier, og beskriver hvordan ulike stedspraksiser former ulike meninger og skaper ulike rom. Det synliggjøres eksempelvis gjennom hvordan ulike grupper turister bruker og opplever et sted i forhold til hvordan fastboende bruker et sted.

Et i utgangspunktet abstrakt begrep som jevnlig brukes i nyere studier for å forklare forhold mellom tid og sted som omfatter rom er "time-space compression" (basert på Harvey, 1989 i Massey, 1991). Dette begrepet benyttes også i flere studier av mobilitet. "Time – space compression" referer til bevegelse og kommunikasjon på tvers av tid og rom, og en geografisk spredning av sosiale relasjoner, og menneskers oppfatning av disse (Massey, 1991:25). Massey har også vært sentral i utviklingen av forståelsen for "det relasjonelle sted" (Massey, 1995). Hun tar på mange måter et oppgjør med den mer abstrakte forståelsen for

sted, og mener det ikke tas nok høyde for sosiale, kulturelle og politiske aspekt. Verden har blitt mindre i manges øyne, men avstanden mellom sosiale relasjoner i tid og rom, og bredden på sosiale nettverk har aldri vært større (Urry, 2007). Massey (1995) bruker begrepet "sammenkastedhet" (på engelsk: *trown togetherness*), og "flyktighet" (*elusivness*) for å beskrive hvordan steder stadig er i endring og må sees på som dynamiske. Globale og lokale premisser gjør at praksiser mellom mennesker og steder hele tiden er i bevegelse. På den måten blir ulike steder gjensidig påvirket av hverandre, og mennesker og steder en gjensidig identitetsskapende og konstituerende (ibid).

Tilknytning og tilhørighet til ulike steder krever mobilitet (Gustafson, 2006). Gustafson (2006) bruker videre begrepet mobilitet som et verktøy for å overkomme avstand, og tilgjengeliggjøre steder både fysisk og visuelt i form av teknologi. Utviklingen som man kan hevde "time-space compression" innebærer, har eksempelvis blitt synlig i den enorme veksten innen turisme de siste årene og prognosene for årene som kommer (jf. tall fra UNWTO, 2014).

Williams og McIntyre (2012) er blant de som påpeker behovet for en bredere og mer tverrfaglig tilnærming til sted og mobilitet. De beskriver utviklingen i dagens samfunn som en "sammenslåing av to romlige praksiser" (Williams og McIntyre, 2012:209). Både turisme og valg av reflekterer en mer dynamisk tilnærming til både sted og mobilitet (Scannel og Gifford, 2010). Røe (2006) påpeker at det stikk i strid med hva en rekke samfunnsforskere hevdet kom til å skje, så har ikke sted mistet sin betydning som følge av økt globalisering. Menneskers forhold til steder har riktignok endret seg, men er viktige i form av at sosiale relasjoner fortsatt manifesteres på steder, og at "aktiviteter, virksomheter og strukturer fortettes i tid og rom" (Røe, 2006:193).

For modern people, the meanings of home, work, leisure and tourism are mutually defining, and it is evident that the question of where one lives is not a simple matter of residential geography. It is also a matter of emotional geography. Where does one's heart, one's identity, reside? Where is one's emotional home? (Williams and McIntyre, 2001:392)

Behovet for tilhørighet og stedstilknytning har dermed ikke nødvendigvis blitt mindre i dagens samfunn, men praktiseres på en ny måte og i kombinasjon med muligheten til å forholde seg til flere steder. I neste avsnitt beskrives kort hvordan forhandling av sted er sentral i denne prosessen, og involverer både forhold til sted med tanke på å bo og besøke.

4.2.3. Forhandling om sted

Mens turisme for mange er et viktig brudd med hverdagen der det er rom for å nyte det gode livet, er det et økt antall mennesker internasjonalt som har mulighet til å forhandle om sted og søke mening ved bestemte steder for å underbygge sin identitet og dyrke sine interesser også i forbindelse med hverdagslivet (Williams og McIntyre, 2012). Spesielt i det vestlige samfunnet er det også vanlig med tilhørighet flere steder, for eksempel i tilknytning til fritidsbolig. Det er dermed spesielt viktig, hevder de videre, med en bedre forståelse av behovet for tverrfaglighet i planlegging som evner å forstå sted både som arbeidsplass, bosted og feriested. "It is difficult to address place and quality-of-life in tourism without discussing lifestyle mobilities and whose quality-of-life might be affected by tourism" (Williams og McIntyre, 2012:210). Helhetlig planlegging tar hensyn til tilrettelegging for turister og for tilflyttere og fastboende på en måte som bidrar til en gjensidig styrking av attraktivitet innenfor de ulike forståelsene av sted. Dette kan igjen bidra til å styrke stedets verdiskaping, og eksempelvis føre til at mennesker som har fått tilknytning til et sted (se neste avsnitt) igjennom ferietur i neste omgang kjøper feriebolig eller velger å bosette seg. Williams og McIntyre fremhever studier av Yuksen m.fl. (2010) som presenterer statistiske sterke korrelasjoner mellom stedstilhørighet, og besøkstilfredshet (i Williams og McIntyre, 2012:212).

4.2.4. Stedstilknytning og global stedsidentitet

I forståelsen av livsstilsflyttere er det sentralt at det ikke bare handler om hvordan man ønsker og leve, men også hvor (Hoey, 2005). Samtidig er det studier som antyder at sted som geografisk område ikke nødvendigvis er den motiverende faktoren når det gjelder valg av bosted, men at sted heller utgjør kulisser for ønskede attributter som eksempelvis klima og natur, boligforhold, og andre verdier knyttet til ønsket livsstil (Torkington, 2010; 2012). Torkington (2012) påpeker utfordringer ved å forstå stedsbegrepet, utover rammene til den hverdagslige forståelse. Også hun baserer seg på den mer fenomenologiske tilnærmingen til

sted som vokste frem på 1970-tallet. Hun fremhever begrepet stedsidentitet, for å beskrive forholdet mellom menneskers tilknytning til sted og stedets attributter. Stedsidentitet omfatter en følelse av tilhørighet og baserer seg på forhold som går utover familiære og andre tradisjonelle tilknytninger (Torkington, 2012:76). Det å forstå hva stedsidentitet innebærer kan være viktig når det kommer til formidling av sted. Torkington (2012) beskriver en vanlig fallgrube som gjøres i stedsformidling ved å bruke eksempel innen markedsføring av kommuner ovenfor potensielle tilflyttere, og destinasjonsselskapenes arbeid med turismemarkedsføring. En fallgrube er å unngå å i for stor grad basere seg på stereotyper i arbeidet med merkevarebygging av sted. En annen tendens er homogenisering innen branding, merkevare- og omdømmebygging (Torkington, 2012:81). En nøkkel, mener hun, er differensiering. En måte å differensiere seg på som hun bruker som eksempel er å bruke begrep som baserer seg på oppfattet stedsidentitet for å underbygge hva som allerede finnes, fremfor hva man tror finnes. En merkevarebyggingsprosess, om det er i forbindelse med turisme eller å markedsføre stedet som arbeidsplass eller attraktivt bomiljø, kan gjennom en bevisstgjøring av hvordan man forholder seg til internasjonale markedsføringsdiskurser unngå å bruke stedløse begrep. Torkington (2012) argumenterer for at man kan oppnå det hun karakteriserer som en ”glokal stedsidentitet”, i form av hvordan globale diskurser og forståelser av samfunnsendringer settes inn i lokale kontekster. En slik kobling kan være nyttig for en bredere tilnærming til hva som er vesentlig i utvikling av steder og for å identifisere hva man kan være for hvem. Det innebærer at det er like viktig å definere hva som er utenfor et sted, som hva som er innenfor. På den måten blir steder til i forhandling og sammenligning med andre steder (Appadurai, 1996 i Torkington, 2012:88).

”Glokalisering” fremstilles som en dikotomi av det lokale sett opp mot det globale og kan omfatte flere aspekter. Torkington (2012) foreslår at nettopp prosessen knyttet til livsstilsflytting og spørsmålet om stedsidentitet dreier seg om en diskursiv prosess der en type livsstil konstrueres i en kombinasjon av lokale og globale premisser. Som også Benson (2009) påpeker viser flere studier hvordan livsstilsflyttere i begrenset grad integrerer seg i lokalsamfunn. Behovet for aksept i lokalsamfunnet og en meningsfull tilknytning beskrives allikevel som et viktig primærbehov hos mennesker (Torkington, 2012). Også her kommer forholdet mellom det lokale og globale opp mot hverandre, der økt globalisering har bidratt til økt behov for å skape tilknytning til lokale og tradisjonelle verdier og produkter (Torkington, 2012:88). Shaw og Williams (2004) fremhever også følgene mobilitet har fått for forståelsen

av migrasjon i bred forstand. De argumenterer for at mobilitet i dagens samfunn har løst opp i strukturer som skiller mellom hjemme og borte (se også sitatet til Urry på side 26 som påpeker nettopp dette). Livsstilspraksiser blir i den forstand mer et spørsmål om å fylle både jobb og fritid med noe som gir mening og gode opplevelser. Williams og Hall (2002) poengterer denne endringen illustrert med forholdet mellom produksjon og konsum. Det som tradisjonelt har vært et mer tydelig skille mellom produksjon (jobbrelatert) og konsum (ferie og fritidsrelatert) utgjør i dag et mer komplekst bilde. Endringer i forholdet mellom konsum og produksjon skisseres nærmere på side 38.

Glokal stedsidentitet underbygger også betydningen av sosiale nettverk, og at stedstilknytning i dagens samfunn kan defineres som det sosiale nettverket til folk mer enn stedet i seg selv (Benson, 2009). I neste avsnitt begrunnes forståelsen av nettverkskapital som en sentral faktor innen livstilsflytting. Her gjenspeiles flere element fra mobilitet, sted og stedsidentitet.

4.2.5. Nettverkskapital

Livstilsflytting har blitt betegnet som en privilegert form for mobilitet (ref. side 23) først og fremst aktuelt for en økende middelklasse i den vestlige verden (Benson og O'Reilly, 2009). Fremfor økonomisk kapital som forutsetning argumenteres det for en utvidet forståelse av kapitalbegrepet. Vellykket livstilsflytting avhenger av en høy grad av nettverkskapital i følge Torkington (2012). Hun baserer seg på Urry (2007) sin begrepsforståelse av nettverkskapital.

Avstand og forholdet mellom tid og rom er forstått som et kjennetegn ved mobilitet i dagens samfunn, som gjør det mulig, men også nødvendig, å bygge nettverk på tvers av geografiske grenser. I dette ligger også at sosiale forhold i dagens samfunn i større grad etableres gjennom aktive valg, fremfor at de er basert på historie og tradisjonelle relasjoner som oppvekstomgivelser og familie (Giddens, 1991). Elliot og Urry (2010) viser til Castell (1996) "the Rise of the Network Society" for å beskrive hvordan nettverk bestående av et tydelig senter, en form for hierarki, og en synlig maktfordeling ikke lenger er like fremtredende i dagens samfunn sammenlignet med tidligere.

I sin forståelse av nettverkskapital tar Urry utgangspunkt i kjennetegn ved mobilitet i dagens samfunn. Han argumenterer for at mobilitet i seg selv ikke er avgjørende for vekst, velstand og livskvalitet men avhenger av sosiale relasjoner og praktiseringen av disse: "network capital points to the real and potential social relations that mobilities afford" (Urry, 2007:196). Urry argumenterer videre for hvordan nettverkskapital kan forstås som kapasiteten til å bygge og ivareta sosiale bånd som gir både emosjonelle, finansielle og praktiske fordeler. Formalisering av nettverk i forstand av for eksempel bedriftssamarbeid er viktig for å etablere en systematisert verdiskapingsprosess innen en sektor. Men flere fremhever det de mener kan kjennetegnes som "nettverksindividualisme" i dagens samfunn (Elliot og Urry, 2010:48), der også formalisering av nettverk i utgangspunktet påvirkes av individuell nettverkskapasitet og det som kan forstås som nettverkskapital.

En kjent tilnærming innen nettverksteori er at nettverk består av både svake bånd og sterke bånd (Granovetter, 1983). Elliot og Urry (2010) viser i sin tilnærming til nettverkskapital til studier av Granovetter, der han foretar en analyse av forholdet mellom slike svake og sterke bånd. Enkelt sagt kan svake bånd forstås som indirekte relasjoner eller bekjente, mens sterke bånd kan forstås som nære og veletablerte relasjoner (Granovetter, 1983:201). En av forholdene Granovetter synliggjør i sin analyse er betydningen både svake og sterke bånd har for styrken av nettverkskapital. Slik jeg oppfatter det argumenteres det for at et nettverk til en begrenset grad kan bestå av sterke bånd, mens graden av svake bånd i form av ulike relasjoner og tilknytninger gjerne er større og flerfoldig og på mange måter like viktig som sterke bånd. Elliot og Urry (2010) argumenterer for at det først og fremst er omfanget av "svake bånd" som skaper bredden og størrelsen på nettverket.

I nye forhold mellom jobb og fritid, valg av bosted og valg av feriested, og betydningen av sosiale relasjoner, er livsstilsentreprenørskap en av de mest synlige mekanismene. I neste del av det teoretiske rammeverket vil jeg presentere noen tilnærminger til livsstilsentreprenørskap.

5. Livsstilsentreprenørskap

A growing dimension of entrepreneurship is that associated with a relatively recent pattern of migration flows of people seeking lifestyle benefits in an attractive environment

(Stone og Stubbs, 2007:433)

Litteraturen som tar for seg entreprenørskap er omfattende og mangfoldig. Stones og Stubbs (2007) som er sitert ovenfor er blant de som setter fokus på entreprenørskap som kan kobles til livsstilsflytting. De hevder at det, på tross av en rekke studier som ser på hva som kjennetegner entreprenørskap, spesielt i små og mellomstore reiselivsbedrifter ikke finnes et rammeverk som i tilstrekkelig grad gir rom for å se på koblingen mellom livsstilsflytting, entreprenørskap og sted (ibid). Begrepene entreprenør/entreprenørskap er i utgangspunktet ikke entydige og klare. Entreprenørskap forstått som en prosess, blir gjerne betraktet som en del av "the state of the art", og langt flere fastholder betydningen av de kontekstuelle rammene (Bredvold, 2011:16). I dette avsnittet blir det redegjort for utfordringer med begrepsbruken, og hvordan livsstilsentreprenørskap er i ferd med å etablere seg som et begrep innen entreprenørskapsstudier.

5.1. Utfordringer og utvikling i begrepsforståelsen

Entreprenørskap, dens rolle i økonomisk utvikling, karakteristikk og definisjoner er blitt studert og diskutert i alle fall siden begynnelsen av det 19. århundre (Russel og Faulkner, 2004). En av de retningsgivende teoretikerne, som man ikke kommer utenom å nevne når det gjelder entreprenørskap og økonomisk utvikling, er Joseph A. Schumpeter (1883-1950). På midten av 1900 tallet utviklet Schumpeter teorien om kreativ ødeleggelse som utgangspunkt for innovasjon og entreprenørskap. (Se blant annet et av hans mest sentrale verk: Schumpeter, Joseph A. 1934: *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA) Entreprenørens rolle og entreprenørskap ble heretter i stor grad definert innenfor økonomisk teori.

I dag er det omfattende og mangfoldige mengder litteratur om entreprenørskap. Definisjon og karakteristikk avhenger blant annet av teoretisk tilnærming, faglig disiplin og virksomhetsområde. Felles for de fleste tilnærmingene er at de fremdeles i stor grad dreier seg om økonomiske aspekter. Hollick og Braun (2005) er blant de som påpeker at det ikke finnes en klart definert og entydig karakteristikk av entreprenør og entreprenørvirksomhet. Når det gjelder kunnskap om entreprenørskap innen små og mellomstore reiselivsbedrifter er det blitt viet relativt lite, men allikevel økt oppmerksomhet (Russell og Faulkner, 2004; Hollick og Braun, 2005). Også Peters, Freshe og Buhalis (2009) påpeker behovet for mer forskning rundt det de mener er sentrale aspekter ved entreprenørskap. De underbygger Dollinger (2003) sin definisjon, og mener at det i bred forstand går an å finne noen felles karakteristikk på tvers av ulike forståelser innen samfunnsvitenskapen. "Entrepreneurs create an innovative organization or network of organizations for the purpose of gain or growth, under conditions of risk and/or uncertainty" (i Peters m.fl. 2009:394). Dette er kjernen i mange definisjoner. Risiko og usikkerhet fremheves ofte som to sentrale trekk ved entreprenørskap. Definisjonen fremhever også vekst, som særlig kjennetegner den klassiske økonomiske tilnærmingen. Dette blir gjerne utfordret i nyere studier av entreprenøren, og da spesielt innen opplevelsesbaserte virksomheter. Peters m.fl. (2009) hevder at det på tross av en rekke definisjoner og teorier, kun er en håndfull teoretikere som i realiteten har bidratt til tydelige paradigmer innen feltet, og at disse først og fremst faller innunder økonomi og ledelse. Bredvoll (2011) påpeker i sin avhandling at det særlig siden midten av 1990-tallet er satt fokus på å studere entreprenørskap som et sosialt og kulturelt fenomen, og at det ikke bør studeres kun ut fra økonomiske teorier.

Williams, Shawn og Greenwood (1989) var tidlig ute med å fremheve livsstil og andre ikke-økonomiske aspekt som drivere for entreprenørskap. Da de kom på banen var det forsket lite på andre aspekt enn de tradisjonelle økonomiske forholdene når det gjaldt drivere for entreprenørskap. I den nye tilnærming ble det fokuserte på å få frem de sosiale og kulturelle aspektene innenfor entreprenørskap i reiselivet, som en relativt ny dimensjon vedsiden av de økonomiske aspektene.

5.2. Entreprenørens betydning for sted, og omvendt

Hollick and Braun (2005) gjør en systematisk gjennomgang av ulike disipliners tilnærming til entreprenørskap innen små og mellomstore bedrifter (SMB). De faller på den amerikanske professoren i bedriftsøkonomi, Michael Porter (1998), sin tilnærming som den mest relevante når det gjelder entreprenørskap i små reiselivsbedrifter. Porter (1998) sin teori tar utgangspunkt i en strategisk tilnærming beskrevet som "contextual and industry structure conduct-performance related" (i Hollick og Braun, 2005:3). Porter (1990) sin modell av konkurransedyktige strategier brukes i flere turismestudier, og Hollick og Braun er blant de som bruker den for å illustrere nødvendigheten av å forstå entreprenørskap innen turisme som en del av en større helhet, der konkurranseevne er en av faktorene som skiller seg fra en rekke andre virksomheter. Russell og Faulkner (2004) baserer seg også på Porter sin teori om helhetlig tilnærming og hevder at rollen og betydningen entreprenører har for lokalsamfunn har blitt enten undervurdert eller ikke forstått fullt ut. Også her kommer det frem hvordan destinasjonens konkurranseevne er direkte knytte til de enkelte aktørens leveranser. Dette er et perspektiv som tillater oss å løfte blikket å se entreprenøren i en større sammenheng, som eksempelvis i tilknytning til sted. Flere teoretikere går også langt i å antyde behovet for andre perspektiv enn de tradisjonelle økonomiske når man snakker om entreprenørskap innenfor småskala reiseliv (Dewhurst og Horobin, 1998).

5.3. Kjennetegn ved livsstilsentreprenøren

Stone og Stubbs (2007) har gjort en studie som ser på entreprenørskap og de som er selvstendig næringsdrivende som den mest tilgjengelige mekanismen for fritt å kunne velge hvor man vil bo, uavhengig av eksisterende arbeidsplasser. Selv om disse virksomhetene ikke nødvendigvis er kjent for å gjennomføre de store innovasjonene, men i større grad baserer seg på inkrementelle innovasjoner, viser de seg ofte å ha høy grad av kunnskap og erfaring innen feltet, kombinert med er interesse av å gjøre sin hobby til arbeid (Peters, Freshe og Buhalis, 2009). Stone og Stubbs (2007:444) ser på livsstilsentreprenørskap som en direkte følge av en flytteprosess. Peters m.fl. (2009: 400) hevder at andelen livsstilsentreprenører regnes å være spesielt høy innen attraktive steder med reiselivsaktivitet. Liknende oppfatning finner vi også hos Getz og Carlsen (2005): "Tourism presents many opportunities ... to investors desirous of

locating in attractive surroundings and pursuing a preferred lifestyle” (Getz og Carlsen, 2005:250).

Motivasjonen og inspirasjon til valg av bosted begynner gjerne i form av en fritidsbaserte reiser til et sted som trigger interessen for å velge regionen der det er muligheter for å drive med ønsket livsstil (Snepenger, Johnson, og Rasker, 1995). Spesielt sees dette på som et relevant fenomen knyttet til naturbaserte reiselivsregioner, der allerede etablerte virksomheter innen naturbaserte aktiviteter vil kunne virke positivt på attraktivitet for tilflyttere av samme type, og gjøre regionen attraktiv også for andre grupper og besøkende (Snepenger, Johnson, og Rasker, 1995).

I en studie gjort av naturbaserte entreprenører i Yellow Stone Nasjonalpark i USA kommer det frem at reiseliv er av mye større betydning enn først antatt når det gjelder å skape attraktivitet for etablering av nye virksomheter og derigjennom tilflyttere (Snepenger, Johnson, og Rasker, 1995). Den samme studien viser at fire av ti bedriftseiere først besøkte regionen som turist eller i jobbsammenheng før de selv valgte å etablere seg der (Snepenger, Johnson, og Rasker, 1995:43). Motivet for å drive virksomhet der viste seg også først å fremst å være knyttet til muligheten for å drive naturbaserte aktiviteter, og ikke tradisjonelle businessmotiv med fokus på profitt (ibid). Stone og Stubbs (2007) karakteriserer den store variasjonen i motivasjon, ressurser og erfaringer blant livsstilsflyttere. De beskriver evnen og viljen til å starte for seg selv som et resultat av motivasjonen for å flytte til en bestemt plass – altså et resultat av livsstilsvalg der man i større grad er avhengig av egne ressurser enn om man flytter til eksisterende arbeidsplasser. Allikevel, påpeker de, kreves det en viss grad av ressurser og tilrettelegging eller velvilje i områdene det flyttes til for i det hele tatt å starte virksomhet. Også andre studier indikerer at reiselivsopplevelser kan føre til kjøp av fritidsbolig, og kanskje til og med kjøp av bolig som innebærer mer permanent flytting (McIntyre, 2011:4)

5.3.1. Livsstil som signifikant motivasjon

En rekke empiriske studier av små reiselivsbedrifter påpeker entreprenørskap som ikke passer inn i de tradisjonelle idealene til entreprenørskap (Claire, 2012). Flere studier påpeker at de som kan karakteriseres som livsstilsentreprenører ikke er villig til å bruke mye innsats på

profittmaksimering og vekst dersom det går på bekostning av livskvalitet (Peters, Freshe og Buhalis, 2009:400). Claire (2012) er en av få som har gått kvantitativt til verks for å systematisere egenskaper og verdier ved entreprenører i små og mellomstore bedrifter. Hun studerte entreprenører uavhengig av bransje, og fant at bildet av entreprenører som tradisjonelt har preget teori og mediebilder ikke falt overens med resultatene i studiet. Noen av forholdene hun trekker frem er fokuset entreprenørene ser ut til å ha på balansen mellom arbeid og fritid, engasjement i lokalsamfunnet, realisering av egne drømmer og generelt et sterkt fokus på sosiale verdier (Clair, 2012). Hennes studier viser til livsstil som en signifikant driver for entreprenørskap: "the resulting emphasis on lifestyle measures was striking and unexpected particularly given the paucity of research of lifestyle entrepreneurs. (...) the ranking data indicated that lifestyle was clearly the most important" (Claire, 2012:31,33). Hun beskriver funnene i sine studier som overraskende, i form av at livsstil ble mer viktig en først antatt som motivasjon og driver for entreprenørskap. Også i en studie fra 1997 melder Shawn og Williams (2004) at rundt 80% av respondentene la vekt på livsstil over økonomiske motiv når det gjaldt motivasjon for drift av små og mellomstore bedrifter. I sine videre studier tar Claire (2012) livsstil med som et eget parameter, men påpeker mangelen av et godt teoretisk fundament, på tross av at det brukes som begrep i en rekke studier og lærebøker. Dette kan ha sammenheng med at livsstilsentreprenøren ikke blir tatt seriøs nok, og ikke betraktes som en viktig del av verken lokal eller nasjonal økonomi (Claire, 2012:35). Hennes arbeidsdefinisjon av livsstilsentreprenørskap er: "a business that grew out of a hobby and employed few (if any) others".

Småskala er, som nevnt tidligere, en vanlig karakteristikk for virksomheter spesielt innen reiselivet. Høy risikovillighet, lav inngangsverdi og lav grad av profesjonalitet, lav kapitaltilgang og lav samarbeidsvilje er blant de typiske trekk som nevnes når det er snakk om hva som karakteriserer entreprenøren, og kanskje spesielt i reiselivet (Hollick og Braun, 2005). En gjennomgang av flere studier gjør det tydelig at livsstil som driver innen reiselivs-basert entreprenørskap er et sentralt motiv som ikke må undervurderes (Shaw og Williams, 2004). Spesielt viktig i den forbindelse igjen er også sammenhengen mellom livsstilsmotiv og migrasjon (Shaw og Williams, 2004:102).

I neste avsnitt blir det sett på endringer i forholdet mellom konsum og produksjon i dagens samfunn, og hvordan noen av de strukturelle endringene også gjenspeiles i både valg av bosted, næringsgrunnlag og måten folk ferierer på.

5.3.2. Endringer i forholdet mellom konsum og produksjon

Mens det i utgangspunktet har vært en utbredt oppfatning at turisten tar del i konsum, og leverandører og aktører på et sted står for produksjon, er dette skillet i ferd med å bli uklart i større og større grad (Williams og Hall, 2000). Når det gjelder motivasjon for valg av bosted, så vel som valg av feriested foreslår Williams og Hall (2000) en todelt modell basert på forholdet mellom konsum og produksjon. Produksjon knyttes til arbeid, og konsum til "livsstil". Et slikt skille er derimot i ferd med å bli uklart, ettersom flere motiv både for valg av bosted, og valg av feriested kombinerer og knytter sammen konsum og produksjon. En av de mest synlige eksemplene er livsstilsentreprenøren.

Studier fra New Zealand antyder at livsstilsentreprenørskap i stor grad har vokst frem i kjølvannet av endringer i turistkonsum; "small-scale tourism business not only reflect lifestyle motives generally, but also in certain circumstances, more specific lifestyles related to new forms of tourism consumption" (Shaw og Williams, 2004:111). De hevder at en av kjennetegnene som i størst grad skiller livsstilsentreprenører fra andre typer entreprenører er koblingen mellom produksjon og konsum. Ateljevik og Doorn (2000:389) fremhever også hvordan produksjon og konsum i mange studier henger så sterkt sammen at det nesten er meningsløst å skille de.

Williams og McIntyre (2012:224) forklarer sammensmeltingen av forholdet mellom produksjon og konsum, og de følger det kan få, slik: "co-creation of destination affinities and meanings by tourist and tourism promoters induces a vast range of mobility's which ultimately, in any one place, results in a complex mix of mobile people and their attendant place images superimposed on those of the locals, increasingly with mutually conflicting outcomes". Det de sier er at økt mobilitet medfører flere deltakere i utvikling av steder, med konfliktpotensial knyttet til konkurrerende stedsoppfatninger. Meninger og holdninger som skapes av steder oppstår i ulike typer forhandlingsprosesser. Basert på Young (1999) fremhever Williams og McIntyre (2012:225) hvordan suksess i stedsutvikling og

destinasjonsutvikling avhenger av sammenheng og meningsfulle forhandlinger mellom hvordan et sted ”konsumeres” og ”produseres”. Det i utgangspunktet abstrakte bildet synliggjøres i konteksten til livsstilentreprenørskap, reiseliv, og mobilitet. Williams og McIntyre (2012) snakker om ”konsumdrevet mobilitet”, der valg av bosted kan knyttes til motivasjon for å bo i bestemte omgivelser.

Williams og McIntyre (2012) synliggjør sammensmeltingen av produksjon og konsum med eksempler fra kombinasjonen mobilitet, livsstil og valg av bosted. Flere studier viser at drivere i små og mellomstore virksomheter selv er eller var aktive utøver innen fritidsbaserte aktiviteter, og i flere tilfeller fikk tilknytning til stedet de bor på gjennom selv å være turist (Williams og McIntyre: 2012:217). De fremhever to viktige poeng; for det første at man kan forstå livsstilentreprenørskap som en mekanisme der forholdet mellom konsum og produksjon blir snudd på, i forhold til den tradisjonelle forståelsen. Et eksempel innenfor livsstilentreprenørskap i reiselivsbedrifter, er at de som er aktive innen ulike naturbaserte aktiviteter kan gjøre levebrød av sin aktivitet, og på den måten snu konsum til produksjon. Dette fører igjen til en mulighet for ”konsum” i kombinasjon med produksjon gjennom guiding. For det andre er det med tanke på valg av bosted flere studier som indikerer at turismeopplevelser kan føre til kjøp av feriebolig, som i sin tur igjen kan føre til mer permanent flytting.

Sammensmeltingen av produksjon og konsum forklares gjerne innen forhold som mobilitet i arbeidsmarkedet, både når det gjelder stedsuavhengige arbeidsplasser og med tanke på en mindre sektordelt næringsstruktur. I sin tur har mobiliteten i arbeidsmarkedet ført til geografisk spredning mellom venner og familie. Nettverkskapital er illustrert som et fenomen som både styrker muligheten til å etablere seg på sted, og som en ressurs ved etablering av virksomhet.

6. Oppsummering av det teoretiske rammeverket

I det teoretiske rammeverket har det blitt argumentert for at en ny form for internasjonal migrasjon finner sted som, basert på Benson og O'Reilly (2009) sin definisjon, kalles livsstilsflytting. En rekke studier underbygger forståelsen av at livsstilsflytting er et motiv innen valg av bosted, og for så vidt andre typer migrasjon, som har vokst frem som et resultat av strukturelle endringer i dagens samfunn. Mobilitet, nettverk, økt fleksibilitet, og en økning i relativ velstand er blant forholdene som fremheves.

Flere studier argumenterer for en rask økning i antall mennesker som kan kategoriseres som livsstilsflyttere. Økt diversifisering av begrepet har økt behovet for mer kunnskap om ulike typer livsstilsflytting. Ønske om et bedre liv er anerkjent som viktig for de fleste som flytter, både som følge av problematiske politiske eller økonomiske forhold på hjemstedet og i sammenheng med tradisjonelle flyttemønstre i forbindelse med jobb og familie. Det er enda i begrenset grad utviklet gode parameter for å studere spesifikke egenskaper ved de som karakteriseres som livsstilsflyttere, men en tilnærming som er skissert i teorien er push og pull faktorene. Der livsstilsflyttere først og fremst er trukket til et sted på grunn av spesifikke attributter, snarere enn at de flytter fra et sted, ser andre seg nødt til å flytte fra et sted for å komme seg unna, uavhengig av hvor de skal til. Begge perspektivene er allikevel viktig for å forstå motiv for valg av bosted.

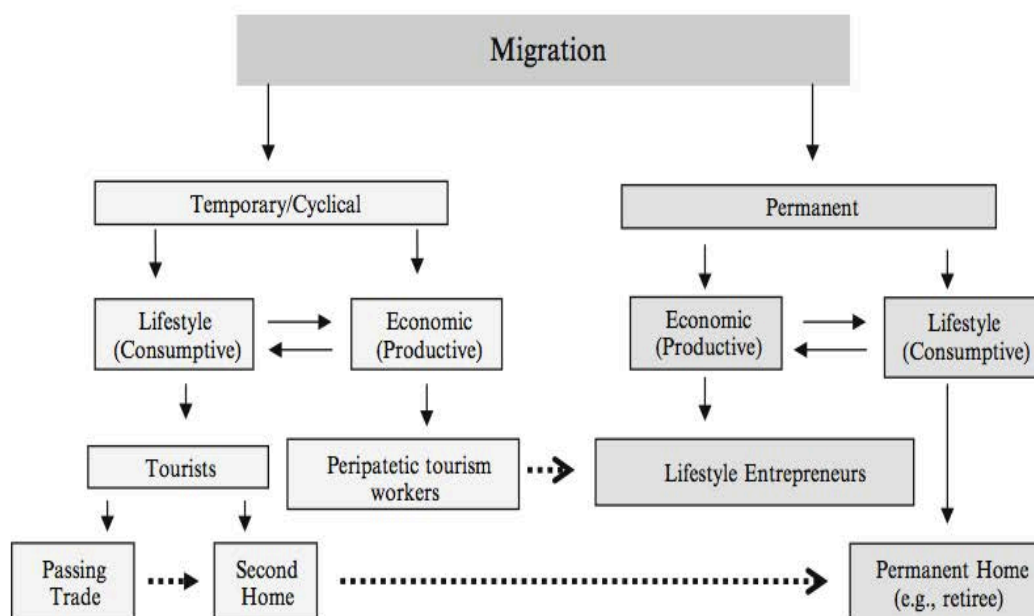
Entreprenørskap er sett på som en av de synligste og mest tilgjengelige mekanismene for valg av bosted basert på ulike aspekt som kan tillegges begrepet livsstilsflytting. De fleste studier innen livsstilsentreprenørskap tar for seg små og mellomstore reiselivsbedrifter. En overveiende del av studier innen livsstilsflytting handler om tilflytting til mindre steder. Det er enda relativt begrenset kunnskap om hvilke betydning denne typen tilflytting har for et mottaker samfunn. Basert på argumentene til Benson og O'Reilly (2009) så kan effekten på lokalsamfunn være betydelig, både økonomisk og sosialt, på tross av at det i mange studier er snakk om et begrenset antall personer. For eksempel i form av krav til boligmarkedet, innflytelse på tilbudet gjennom å starte virksomhet selv og dermed også direkte spille inn på stedets konkurranseposisjon i for eksempel reiselivssammenheng. Nettverkskapital er et begrep som er trukket frem som et samtidfenomen som på mange måter legger premisser for

hvor vellykket en livsstilsflytting er (Torkington, 2012). Her er det kort beskrevet hvordan nettverk i dagens samfunn består av både sterke- og svake bånd, og hvor mobilitet i dagens samfunn har gjort det mulig med et større og bredere nettverk enn noen gang tidligere. Også dette er forhold som kan være av betydning for stedet det flyttes til, med tanke på hvilken sosiale relasjoner innflytterne har.

Koblingen til reiseliv og bruk av fritid er ellers et gjennomgående tema. Det er også beskrevet som et kjennetegn ved dagens samfunn, der forholdet mellom jobb og fritid er et viktig tema for mange. Økt grad av fritid, økt velstand, økt mobilitet og et internasjonalt nettverk har utvidet menneskers referanseramme. Det er ikke uvanlig å ha opptil flere fritidsboliger. Studier viser til hvordan det gode liv i feriesammenheng for flere har vært starten på enten kjøp av fritidsbolig, eller til og med ført til valgt om å bosette seg.

Forhold til sted, stedstilknytning og stedsidentitet er også noen begrep som blir gått inn på. Økt mobilitet og eksempelvis den muligheten utviklingen i teknologi gir oss til å danne et bilde eller en forestilling av et sted før valg av reisemål eller valg av det gode liv og ønsket livsstil legger nye premisser for hvordan de som jobber med planlegging og utvikling må være bevisst hvordan man kommuniserer utad og hva man legger vekt på i stedsutvikling.

Begrepet livsstil ligger som et bakteppe i teorien. Også redegjørelsen av dette begrepet viser at det innen en samfunnsvitenskapelig forståelse ikke er lang vei mellom livsstil, og endringer i forholdet mellom jobb og fritid. Et uklart skille mellom migrasjon, flytteprosesser og turisme er blant forholdene som fremheves. Dette illustreres gjennom en sammensmelting av begrepene konsum og produksjon. For å oppsummere vil jeg til slutt presentere modellen fra McIntyre (2009, hentet i Williams og McIntyre, 2012:218). Jeg syns den på en god måte skisserer det jeg har forsøkt å formidle.



FIGUR 3 FORHOLDET MELLOM LIVSTILSFLYTTING OG TURISME. (KILDE: WILLIAMS OG MCINTYRE, 2012:218)

Figuren illustrerer sammenhengen mellom migrasjonsprosesser på overordnet nivå, og hvordan migrasjon i forbindelse med midlertidig opphold som ferie eller sesongarbeid til syvende og sist kan resultere i permanent flytting. Forholdet mellom produksjon og konsum er satt som en sentral mekanisme, både innenfor den fritidsrelaterte delen og i tilknytning til permanent migrasjon. Modellen baserer seg også på en forståelse av at mobilitet må forstås som et mangfoldig begrep, og at livsstilmigrasjon kan forstås som livsstilsmobilitet, som av McIntyre defineres som ”flyten av mennesker, kapital, objekt og informasjon som kan assosieres til en migrasjonsprosess av frivillig art med motivasjon om en forbedret, eller ulik livsstil” (egen oversettelse av McIntyre, 2009:1).

7. Metode

Good research frames its aims in the context of earlier work

(Silverman, 2011:46)

Med Silverman's visdomsord i bakhodet har første del av prosessen med oppgaven vært å gjøre en teoretisk gjennomgang av temaet for å forstå hva som hittil er lagt i forståelsen av fenomenet livsstilsflytting. Metodedesignet i denne oppgaven er dermed basert på det som kan karakteriseres som en åpen og utforskende tilnærming (Åkerlund, 2013). I det legges at endelig valg av datainnsamlingsmetode er gjort i et relativt sent stadium av oppgaven. Caseområdet omfatter den geografiske regionen Lofoten. Datainnsamlingen består av dybdeintervju med til sammen åtte personer som representerer syv virksomheter innen naturbaserte aktiviteter i Lofoten.

I metodekapittelet redegjøres det for noen teoretiske tilnærminger til metodedesignet, valg av casestudie som metodisk grep, formålsutvelgingsprosessen, forskningsetiske refleksjoner og utfordringer i metodearbeidet.

7.1. Case som metodisk grep og Lofoten som caseregion

Case som forskningsstrategi er en anerkjent metode blant annet på grunn av sin anvendelighet på tvers av ulike fagdisipliner (Mehmetoglu, 2004). Selv om denne strategien er utbredt og mye brukt, er det allikevel ikke enstemmig enighet om hva som egentlig konstituerer et casestudie. Mens Yin (2009) foreslår at den kan brukes både i kvantitativ og kvalitativ forskning behandler Merriam (1988) den som en ren kvalitativ forskningsstrategi. Yin oppsummerer noen av fellesnevnerne for ulike forståelser av casestudie som følger: "the essence of case study, the central tendency among all types of case study, is that it tries to illuminate a decision or set of decisions: why they were taken, how they were implemented, and with what result (basert på Schramm, 1971 i Yin, 2009:17). Denne definisjonen tar for seg valg eller avgjørelser som et sentralt fokus i casestudier. Valg og valgfrihet er begrep som begge er fremhevet i teorien som sentrale premisser med tanke på livsstilsflytting. Denne definisjonen av casestudie står dermed fint i stil med oppgavens tema.

Stake (1995, i Mehmetoglu 2004:41) lager typologier av casestudie basert på hva som er formålet med studien, og antall case innenfor studiet. Dette nyanserer bildet litt, og gir den en mer målrettet funksjon i masteroppgaven. Tre ulike typologier blir foreslått for casestudiet; iboende casestudie, kollektiv casestudie og instrumentell casestudie. "Iboende casestudie" egner seg til å studere ett bestemt case som kjennetegnes ved unike karakteristikk og ikke fordi den representerer andre liknende case. "Kollektiv casestudie" er mer en sammenlignende studie der man benytter flere case for å få større belegg for sin teori. Den tredje, og den som er valgt som mest relevant for oppgaven er såkalt "instrumentell casestudie". Den karakteriseres som "en god forskningsstrategi der målet er å produsere ny innsikt i et fenomen eller for å raffinere allerede eksisterende teori" (Mehmetoglu, 2004:42). Det som er spesielt for den instrumentelle typologien er at caset (Lofoten) kommer i bakhånd av selve fenomenet som skal studeres (livsstilsflytting). Case som metodeverktøy er også nyttig for å begrense fenomenet man ønsker å studere både i tid og rom (Mehmetoglu, 2004). I neste avsnitt beskrives kort bakgrunnen til at Lofoten er valgt som caseregion.

7.1.1. Valg av Lofoten som caseregion

Innledningsvis ble det skissert opp noen strukturelle endringer innen næringsstruktur og sysselsetting i Lofoten og Norge ellers. Lokalsamfunn i Norge, både langs kysten og i innlandet utvikler seg forskjellig på grunn av ulike ressurser og forutsetninger. Felles for mange regioner er utfordringer knyttet til nedgang i sysselsetting og endring i næringsstruktur. Disse utfordringene har de siste årene i særlig stor grad blitt synliggjort i Lofoten. Det er antakeligvis få regioner i landet det er utredet like mange tusen sider om de siste årene, først og fremst med tanke på debatten om verdensarvstatus versus oljeutvinning (Sande, 2013). Lofoten har vært gjenstand for diskusjoner der emosjonelle og strukturelle forhold er synliggjort i ulike media.

I tråd med plan- og bygningsloven legges det i dag økt vekt på tverrfaglig- og tverrsektoriell utvikling og verdiskaping. Bærekraftig utvikling er en premiss, både med tanke på naturforvaltning, økonomisk verdiskaping og kulturelle/sosiale dimensjoner. Alle disse dimensjonene er synlige i Lofoten med sitt særpregede bosettingsmønster og de naturgitte forutsetningene som er i regionen. Mens bosettingstallet har vært noe synkende de siste årene antyder besøkstall at stedets attraksjonskraft som reisemål ikke er blitt mindre (se vedlegg 1).

Markedsundersøkelser viser at Lofoten har et sterkt image blant folk, og oppleves som attraktivt. Eksempelvis synliggjøres dette i en markedsundersøkelse utført av Aniara (2005 i Destinasjon Lofoten, 2006) der over 98% av de spurte hadde en klar forestilling av Lofoten uten å ha vært der før. Det er ikke grunn til å tro at dette har blitt mindre de siste årene.

Kommunene i Lofoten sine overordnede hovedmål i planstrategiens samfunnsdel likner en del på hverandre. Her er noen eksempler fra planstrategiene til kommuner i Lofoten: ”Det gode liv i Vestvågøy”, ”et samfunn hvor det er godt å leve i” (Værøy), ”et samfunn for livsnytere” (Moskenes), ”det gode liv for alle” (Vågan), kommer igjen i flere ulike planstrategier . Lofoten kjennetegnes av et diversifisert næringsliv (se vedlegg 1). I tillegg er det en styrke at folk i stor grad identifiserer seg med Lofoten som region. Mens primærnæringene tradisjonelt har vært avgjørende for verdiskapingen i regionen er det turisme og fiske som i dag står for den største delen av verdiskaping. Det totale turistkonsumet internt i Lofoten ble i 2009 beregnet til 1,2 milliarder kroner (Lian, Thune-Larsen, og Draagen, 2011). Til sammenligning utgjorde verdien av landet fisk i Lofotkommunene vel 1 milliard kroner i 2007, men nedadgående (Lian m.fl. 2011:8).

I dagens Lofoten utgjør turisme en økende andel av den totale verdiskapingen, de tradisjonelle næringsstrukturene er i endring, og samtlige kommuner uttrykker utfordringer med befolkningsvekst og sysselsetting. Lofoten er dermed en region som både trenger og ønsker tilflytting, og som samtidig kan tilby livsstilsentreprenører et marked i vekst innen reiselivet. På bakgrunn av dette er Lofoten vurdert som et godt case for å studere livsstilsflytting, og livsstilsentreprenører.

Casestudie krever, ifølge Merriam (1988), ikke at forskeren skal følge bestemte datainnsamlings- og analyseprosedyrer. Yin (2009) påpeker at alle de tradisjonelle kvalitative datainnsamlingsmetodene kan brukes; intervju, dokumentanalyse, observasjoner og andre metoder. Analysen i denne oppgaven baserer seg på dybdeintervju. I neste avsnitt beskrives utvalgsprosessen og datainnsamlingsmetode.

7.2. Formålsutvelging

Mens utvelgingen i kvantitativ forskning er basert på sannsynlighetsutvelging skjer utvelgingen i kvalitativ forskning basert på formålsutvelging (Creswell, 1998). Blant annet innebærer det at man ikke behøver å intervju flest mulig, men at utvelgingen skjer på en tilsiktet måte med klare formål eller fokus i tankene (Punch 1998 i Mehmetoglu, 2004). Det finnes en rekke varianter av formålsutvelging, alt etter hva som er formålet eller fokuset i oppgaven. Miles og Huberman (1994) skisserer opp 16 ulike formålsutvelgingsstrategier brukt i kvalitativ forskning. Også her er det vanlig å kombinere ulike typer. Uten å gå nærmere inn på de enkelte vil jeg kort skissere opp et par av de det er tatt utgangspunkt i for denne masteroppgave; det er teoribasert utvelging og snøballmetoden.

7.2.1. Snøballmetoden og teoribasert utvalg

Ved "teoribasert" utvelging bestemmes utvalget av eksisterende teori, med mål om å videreutvikle og få økt innsikt i et fenomen (Mehmetoglu, 2004). "Snøballmetoden" fremheves som nyttig, og nærmest nødvendig for å komplementere den teoribaserte utvelgingsstrategien. Mens et godt teoretisk fundament i forkant av datainnsamlingen forhåpentligvis bidrar til mer innsiktsfulle intervju, er snøballmetoden viktig rent praktisk for å identifisere og komme i kontakt med aktuelle informanter. En god "snøballprosess" er spesielt viktig om man skal studere et sted og/eller et miljø man ikke nødvendigvis har god kjennskap til fra før (Thagaard, 2006).

En del av "snøballen" i min oppgave har vært å delta på tre konferanser. Dette har vært nyttig på flere områder. To av konferansene fant sted i Lofoten, henholdsvis i Leknes¹ og i Svolve². Deltakelse på disse har vært en fin måte å bli bedre kjent med både næringsliv, folk og regionen som sådan på. Først og fremst har småsnakken (Bredvold, 2011) på konferansene og ellers i tilknytningen til oppholdet i regionen vært viktig for å identifisere relevante

¹ Nordnorsk Opplevelseskonferanse 2013. Sted: Svolve kulturhus. 4-5 november, 2013

² Kystnæringskonferansen 2013. Sted: Kommunehuset i Leknes. 2013. 25. September, 2013

informanter. En interessant erfaring fra kystnæringskonferansen i Leknes, der jeg selv presenterte oppgavens tema, var hvor mange som selv kom til meg i pausen for å fortelle at de kjente seg godt igjen i min beskrivelse av livsstilsflytting som motivasjon for valg av bosted. Det var flere som sa at de i tillegg kjente mange andre som også hadde flyttet til Lofoten først og fremst for å bruke naturen aktivt. Her fikk jeg også relevante tips til informanter og innspill til videre refleksjon.

For å få bedre grep om teorien dro jeg til Portugal for å delta på en internasjonal konferanse om livsstilsflytting kalt: ”good life practices, practicing the good life”³. På denne konferanse møttes forskere innen temaet og studenter for å diskutere og presentere tidligere og planlagte studier innen livsstilsflytting. En refleksjonene jeg gjorde på konferansen er hvor umodent begrepet virker. I prosjektskissen til oppgaven så jeg på muligheten for å gi et kvantitativt bilde av antall livsstilsflyttere til Lofoten. Men som vitenskapelig fenomen ble det for meg klart at det å gjøre dybdeintervju i første omgang ville gi et mer nyansert bilde av hva det dreier seg om. I norsk sammenheng fant jeg lite konkrete studier av livsstilsflytting som fenomen. Datainnsamlingen består dermed av dybdeintervju, der målet er å få innsikt i verdier, holdninger og motivasjon knyttet til bo- og flyttemotiv. En slik aktør - og meningsorientert tilnærming er også i tråd med hva nyere flytteundersøkelser uttrykker behov for i fremtidig flytteforskning (Sørli et. al 2012).

7.3. Kvalitativ forskning og intervju som metode

Kvalitative intervju er i dag en anerkjent og mye brukt metode for datainnsamling innen samfunnsvitenskapen (Silverman, 2007). Som forskningsmetode regnes den blant annet å ha fått grobunn gjennom den såkalte Chicago skolen, som på 30- og 40 tallet var blant de ledende samfunnsvitenskapelige miljøene innen by- og stedsforskning (Kvale og Brinkmann, 2009). Intervju har i lang tid blitt brukt i tillegg til andre datainnsamlingsmetoder innen kvalitativ forskning, men brukes nå mer og mer i samfunnsvitenskapen som selvstendig forskningsmetode.

³ International Conference: Practising the Good Life/The Good Life in Practices. Sted: Universidade Nova de Lisboa. 17-18 oktober, 2013

Fenomenologien er på mange måter sentral innen kvalitative forskningsintervju selv om den ikke står som en samfunnsvitenskapelig filosofisk tilnærming til selve temaet i oppgaven som sådan. Den er sentral i den forstand at fenomenologi som begrep peker på en interesse for å forstå sosiale fenomener ut fra aktørens egne perspektiver og beskrive verden slik den oppleves av informantene i sine egne omgivelser (Kvale og Brinkmann, 2009:45). Også Silverman (2007) mener kvalitativ metode gir anledning til å studere fenomen som ikke er tilgjengelig ved bruk av kvantitativ metode. Det fører også med seg en rekke utfordringer, blant annet med tanke på kravene det stiller til forskeren, og krav om troverdighet og gyldighet (Holliday, 2007). Forskerens krav til å håndtere subjektivitet er en utfordring som må tas på alvor. Holliday (2007) mener essensen i kvalitativ forskning ligger i graden man får til å tilnærme seg et tema på som en "fremmed". Holliday baserer seg på Schutz's fenomenologi som ikke tillater at noe blir tatt for gitt og stiller krav til kritisk refleksjon (i Holliday, 2007:20).

Holliday har noen viktige poeng som jeg har forsøkt å ta stilling til. I løpet av intervjuprosessen har jeg funnet mange likheter, så vel som ulikheter mellom informantene og min egen situasjon. Med nederlandsk mor og tysk far som flyttet til Norge blant annet på grunn av sin begeistring for det flotte landskapet, og med en rekke bostedsadresser på baken valgt på bakgrunn av attraktive omgivelser har jeg selv en forforståelse av motivasjon knyttet til valg av bosted annet enn arbeid og sosial tilknytning. Interpretasjonen av informantenes beskrivelse av sted og motivasjon av valgt bosted kan dermed antakeligvis lett farges av min egen oppfatning av sted. Jeg har i tillegg flere år med ulik arbeidserfaring fra reiselivet.

Valg av oppgavens tema henger unektelig sammen med min interesse for kompleksiteten i steds- og reiselivsutvikling. Noe av motivasjonen for valg av tema er å se verdier, holdninger og handling som formidles i intervjuene innenfor faglige rammer. I neste avsnitt vil jeg beskrive hvordan jeg tilnærmer meg intervju, og hvilken rolle jeg har valgt å ta i intervjusituasjonene, inkludert grep for å holde avstand til det som formidles.

7.4. Intervju som kunnskapsproduksjon

Kvale og Brinkmann (2009) beskriver intervju som et håndverk. Blant annet fordi kvaliteten på intervju i stor grad avhenger av praksiserfaring, blant annet fordi den i liten grad er regelbundet og dermed avhenger av intervjuerens ferdigheter. Allikevel er det mange forhold som spiller inn. Uansett type intervju er det snakk om en aktiv kunnskapsproduksjon der intervjueren og den intervjuede sammen produserer kunnskapen (Kvale og Brinkmann, 2009; Silverman, 2007).

Dersom kvaliteten og validiteten på forskningsintervjuet kun baserte seg på ferdighet gjennom øvelse ville man som masterstudent sannsynligvis stilt med begrenset intervjuerfaring. Selv om det ikke er regelbundet på samme måte som kvantitative metoder, er man allikevel avhengig av å forholde seg til teknikker og kunnskap (Kvale og Brinkmann, 2009:103). Lave og Wenger (2003) fremhever noen elementer for å karakterisere godt håndtverk som man uavhengig av intervjuerfaring kan forholde seg til som masterstudent. Det er etikk, personlig ansvar og lojalitet. Dette er elementer som er forsøkt å ivareta i ulike faser av oppgaven, også utover selve datainnsamlingen. Både i utvalgsprosessen, intervjuene, og ikke minst analysedelen. Etikkdelen utdypes på side 51.

Et aspekt som jeg har vært bevisst på er at det er opp til den som intervjuer å ha kontroll over samtalen, uavhengig av hvor aktiv eller passiv hver av partene er (Silverman, 2007). Et grep for å holde avstand til hva informanten forteller og i minst mulig grad påvirke valg av tema innenfor intervjusituasjonen har vært å ta utgangspunkt i en biografisk intervjumetode. Hva som legges i det vil jeg utdype i neste avsnitt.

7.5. Livshistorie som metode

I biografiske intervju er det i utgangspunktet lite eller ingen struktur, og forskeren skal først og fremst lytte (Fosslund, 2013). Fosslund påpeker videre at den kunnskapen forskeren har skal være i bakgrunnen, og at forskerens taktikk først og fremst dreier seg om å oppmuntre og være en god guide gjennom samtalen. En intervjuguiden fungerer primært som en støtte om samtalen stopper opp. Den biografiske tilnærmingen gir lite rom for spørsmål underveis. En

noe mer strukturert variant der den som intervjuer i større grad kan tillate seg å stille spørsmål underveis er det ”narrative intervjuet”. Kvale og Brinkman (2009) baserer seg på Rosenthal (2004) og skiller ikke like tydelig mellom biografiske- og narrative intervjuformer. Ifølge disse blir det biografiske intervjuet en versjon av narrative intervju, hvis formål er å få frem den intervjuedes livshistorie. ”Den narrative intervjueren vil oppfordre intervjupersonen til å fortelle historier og hjelpe dem til å klargjøre og utvikle historiene” (Kvale og Brinkman 2009:289). Intervjuerens viktigste oppgave, ifølge Kvale og Brinkman (2009), er å lytte når historien er i gang, og i minst mulig grad avbryte. Deltakelse fra intervjuerens side kan bestå i oppklarende spørsmål og oppfølgingsspørsmål for å holde i gang historien. Dette blir også utgangspunktet for intervjuformen i denne oppgaven.

Noen av utfordringen med studiene som er gjennomgått i teorikapittelet er den ofte uklare koblingene mellom strukturelle forhold og de personlige historiene. Ved å få frem bestemte trekk ved livshistoriene er målet å få innsikt i sentrale mekanismer, og komplekse sammenhenger i samfunnet, her spesielt knyttet til valg av bosted og forestillinger om det gode liv (Fossland, 2013). Et poeng Fossland trekker frem er at ”en gjennom analyser av livshistorier kan få inntak til individuelle erfaringer og strukturelle sider ved komplekse stedlige prosesser” (Fossland, 2013:108). Elliot og Urry (2010: xi) er også blant de som beskriver narrative dybdeintervju som en velegnet metode for å fange opp komplekse sosiale fenomen. Noe av det som gjør narrative intervju meningsfulle, er ifølge Elliot og Urry (2010) muligheten metodem gir til å fange opp individuelle motivasjoner og livshistorier sett opp mot den enkeltes forhold og holdning til strukturelle forutsetninger. Dette er i tråd med Fossland (2013) og er utgangspunktet for metodeforståelsen i oppgaven.

Intervjuprosessen har gitt meg mange fine møter med mennesker som velvillig delte sine historier og som er svært engasjert i sitt virke. Det viste seg også at det i liten grad ble nødvendig å involvere seg eller i noe stor grad styre samtalen. Med motivasjon for valg av bosted og etablering av virksomhet som utgangspunkt for intervjuene fikk jeg følge livshistoriene til informantene. Som intervjuer og den som skulle behandle deres historier som forskningsdata følte jeg et stort ansvar for å omgås det som ble formidlet til meg med respekt og lojalitet. I neste avsnitt vil jeg drøfte noen etiske forhold knyttet til forskningsarbeidet.

7.6. Forskningsetiske refleksjoner

Noen av de vanligste fallgruvene i kvalitativ forskning er i følge Silverman (2011) faren for å utnytte informantene, uærlighet – når deltakerne ikke får fullstendig informasjon om hva de samtykker i, studier av sårbare grupper uten å ta høyde for det i metoden, og i hvilken grad man kjøper folk for å bli med i undersøkelsen. Disse forholdene bekreftes i stor grad både i Ringdal (2001) og Kvale og Brinkman (2009).

I 1990 ble det i Norge opprettet en rekke forskningsetiske komitéer, der det blant annet ble utviklet retningslinjer for samfunnsvitenskapelig forskning (www.etikkom.no). Vi har også en rekke lover her til lands som regulerer forskning (her vises blant annet til loven om personvern og loven om personregistre som begge regnes som relevante for samfunnsvitenskapene, også loven om taushetsplikt kan gjelde i noen tilfeller (Ringdal, 2001).

Informantene i denne oppgaven har blitt kontaktet på ulike måter. Noen avtaler er inngått per telefon, andre per mail, og et par avtaler har blitt til gjennom å ha møtt informantene på konferanser, som beskrevet på side 46. De som har blitt kontaktet via mail har fått skriftlig informasjon om oppgavens tema, intervjusituasjon og forhold vedrørende anonymitet. Informantene har ikke fått en offisiell kontrakt de har undertegnet i forkant av intervjuene. Det er derimot inngått en muntlig enighet om hvilken forhold som gjelder. Anonymitet var det mest sentrale forholdet, og redegjøres for i neste avsnitt. I tillegg ble samtlige intervju tatt opp på lydfil, etter avtale med informantene. Samtlige lydopptak slettes etter at masteroppgaven er ferdig vurdert.

7.6.1. Anonymitet

I forbindelse med denne oppgaven ble Forskningsetisk sjekklister⁴ og punkter for god forskningspraksis på www.etikkom.no gått igjennom for å få bedre kunnskap om hva god forskningspraksis innebærer og hvilke lover og regler man har å forholde seg til som forsker. Det var også viktig i møte med informantene å gi dem god informasjon om hva oppgaven dreier seg om og hvordan anonymitet vil være et mål, men samtidig en utfordring å ivareta fullt ut. De innsamlede data vurderes ikke som sensitive i den forstand at begrenset anonymitet vil forulempe de det gjelder eller på noe måte true personvern. Informantene samtykket i at begrenset grad av anonymitet var et problem. De er allikevel del av et relativt lite miljø, der disse menneskene gjerne er aktive deltakere i lokalsamfunnet, men sterke meninger og engasjement. Også Lofoten som definert geografisk region gjør området lett tilgjengelig. Selv om historiene ikke vurderes å være sensitive, er de personlige. Det er derfor et mål å etterstrebe anonymitet i den grad det lar seg gjøre. Både med hensyn til informantene, i tillegg til å flytte fokuset fra personen som sådan, til det som er oppgavens tema og de mer overordnede fenomen legges det ikke vekt på demografiske forhold. Verken personnavn eller stedsnavn vil bli brukt. Kjønn som parameter blir dessuten ikke tatt høyde for i en analytisk sammenheng som sådan. Allikevel er det et poeng at det er en god fordeling av både kvinner og menn blant informantene.

7.7. utfordringer og erfaringer fra metodearbeidet

Det å identifisere og få kunnskap om relevante informanter og forstå hva som er et forsvarlig antall informanter innenfor rammene til denne masteroppgave har jeg opplevd som utfordrende å vurdere. Informantene delte velvillig sine historier, og virket til og med å sette pris på å fortelle om sin virksomhet og valg i livet knyttet til livsstil og bosted. Det ble lettere enn antatt å ta en lyttende og oppfordrende rolle i løpet av intervjuene (Kvale og Brinkmann, 2009).

⁴ "Forskningsetisk sjekklister" (Sist oppdatert: 31. oktober 2013). De nasjonale forskningsetiske komiteene. [Online]. Tilgjengelig på <http://www.etikkom.no/Forskningsetikk/Etiske-retningslinjer/Forskningsetisk-sjekklister/>. [Lastet 1.november 2013].

I tillegg til dybdeintervju med enkeltaktører som har flyttet til Lofoten var det i forkant av datainnsamlingen vurdert å gjennomføre intervju med offentlige personer også for å få innsikt i hvilken grad det fra kommunal side oppleves at det tilrettelegges for tilflytting, entreprenørskap og hvilken verdier som vektlegges. Dette er utover i metodearbeidet valgt bort, og det er heller fokusert på livshistoriene til privatpersoner. Grunnen til det er at det i denne oppgaven først og fremst er fokus på fenomenet livsstilsflytting, og den teoretiske forståelsen rundt enkeltpersoners motivasjon og drivere for å flytte til et sted, på bakgrunn av ønsket å være aktive i naturen. Hvordan kommunene forholder seg til livsstilsflytting og legger til rette for næringsutvikling og reiselivsutvikling vil først og fremst belyses fra informantenes ståsted. Fordi informantene og den nøyaktige kommunen de befinner seg i er valgt å anonymiseres i den grad det lar seg gjøre, er det først og fremst mer generelle tendenser og utfordringer som belyses enn konkrete forhold ved enkeltkommuner.

Data- og analysearbeidet har vist seg å dra nytte av flere element som hører sosiokulturell stedsanalyse til. I sosiokulturell stedsanalyse er det vanlig å forholde seg til steder som dynamiske. Det innebærer at steders karakter er i stadig endring, preget av sosial aktivitet og praksis (Røe og Vestby, 2013). Slik sted er redegjort for på side 27 sees det som relevant med en praksisorientert tilnærming til analysen, basert på hva folk gjør og ytrer (Røe og Vestby, 2013:50).

8. Dataanalyse

What we call data are really our own constructions
of other people's constructions
of what they and their compatriots are up to.

(Geertz, 1973:9)

Å analysere et case regnes som en av de mindre utviklede og mest utfordrende aspektene ved det å gjøre et casestudie (Yin, 2009:127). Det som videre regnes som den mest brukte analysestrategien (i Yin, 2009) er å følge den teoretiske oppbygningen, som i utgangspunktet også har bidratt til valg av casestudie. Gjennom oppbygningen av teorikapittelet er ulike tema og analytiske tilnærminger prioritert. Disse har igjen formet utgangspunktet for datainnsamlingen. I tillegg til en oppbygning som lener seg på det teoretiske rammeverket er analysen bygget opp rundt tre hovedtema:

1. Valg av Lofoten som bosted
2. Etablering av virksomhet
3. Muligheter og utfordringer ved å bo og drive i Lofoten

En slik organisering av analysen viser også at dataene er samlet inn basert på spesifikke tema og at intervjuene til en viss grad er strukturerte. Sortering av data og prioritering av hva som tas med i analysen er basert på oppgavens teoretiske del, og i tillegg gjort på tvers av informantenes fortellinger. I følge Fosslund (2009:119) er dette en måte å finne både likheter og ulikheter på. Fosslund beskriver videre hvordan forskeren på den måten ”pendler mellom helheten og deler i analysen”.

Gjennom Geertz' bok fra 1973 ble det satt fokus på fortolkningens plass i den kvalitative teksten. Blant annet innebærer det å problematisere forskerens ståsted, og hva teksten representerer (Thagaard, 2009). Forskeren skal tolke de fenomenene som presenteres, i tillegg til å beskrive dem. I oppgavens analyse blir dataene presentert i en fortellende stil, men det er viktig å ha i bakhodet at bruk av sitater og diskusjonen rundt disse først og fremst er min forståelse av det som blir fortalt. Som i narrativ analyse bruker jeg også begrepet ”fortelling” om det som blir sagt (Thagaard, 2009). ”Forskeren fortolker informantenes fortelling fra et

annet ståsted enn den som forteller. I en viss forstand skaper forskeren et plott som gir mening til de begivenhetene informanten beretter om (Frønes, 2001 i Thagaard, 2009:124).

Mitt første intervju er med en dame som nettopp har kommet på land etter en dykketur. Vi møtes på den lokale kaféen som også er en populær møteplass på stedet. Til sammen ble fire av intervjuene tatt på tilsvarende offentlige møteplasser. Møteplassene var alltid i tilknytning med stedet de oppholdt seg i nærheten av til daglig, altså ikke i en annen by eller annet sted enn der de holdt til. To av intervjuene ble tatt via Skype fordi informantene ikke hadde anledning til å møte meg i Lofoten. Et intervju ble i tillegg tatt via mailkorrespondanse, fordi informanten var på ferie innenfor en annen tidssone. Som følge av dette ble intervjuet tatt på mail en strukturert versjon av de andre intervjuene, med åpne spørsmål.

8.1. Analyse del 1: Valg av Lofoten som bosted

Innledningsvis i intervjuene ber jeg informanten selv velge hvor de vil begynne for å beskrive hvordan det gikk til at de valgte Lofoten som sted for å bo, og drive næringsvirksomhet. Hvilken livssituasjon, episode eller fokus de enkelte begynner med blir individuelt. Uavhengig av hvor i livet de er, alder, tidligere arbeidserfaring eller tidligere tilknytning til Lofoten oppfatter jeg en rekke fellestrekk når det gjelder motivasjon for å bo og realisere egen virksomhet. Alle beskriver et potensiale i regionen med tanke på verdiskaping tilknyttet naturbaserte aktiviteter. Betydningen av å bo i umiddelbar nærhet til naturen for å kunne utøve aktiviteter som dykking, kajakkpadling, skikjøring, klatring og sykling og samtidig ha tilgang til infrastruktur og fasiliteter som skole, butikk, og et lokalsamfunn er helt sentralt for motivasjonen til alle informantene.

Jeg ville jo på en måte litt vekk fra byen og bo et sted hvor jeg bodde mer i elementene. Det vil si at jeg kunne dra og sette meg i kajakken, ved å bare gå ut døren. Og gå ut og klatre og gå en fjelltur uten at jeg trengte å gå så veldig langt for å gjøre det. Det var vel egentlig grunnen til at jeg ville flytte slik jeg gjorde. (sitat informant #6)

Informant #6 har familiær tilknytning til regionen. Han har vært mye i Lofoten, først og fremst i form av barndomsferier hos besteforeldre. Denne tilknytningen virker å være sentral når det gjelder hvorfor det ble akkurat i Lofoten han ønsket å starte virksomhet. På tross av

tilknytningen til stedet beskriver informant #6 hvordan han allikevel ikke hadde noen forestilling om hvordan det kom til å bli. Han flyttet til Lofoten med broren for å starte virksomhet, men broren flyttet snart tilbake til Oslo. For han ble det for stille og for lite som skjedde i Lofoten når høgsesongen var over. Motivasjonen til informant #6 beskrives som en kombinasjon av det å ville komme seg vekk fra Oslo, og det å bo i umiddelbar nærhet til naturbaserte aktiviteter. Han er den som i størst grad beskriver en push faktor gjennom ønske om å komme seg vekk fra livet i Oslo, i tillegg til at Lofoten som sådan utgjør en pull faktor gjennom et sterkt ønske om å ville akkurat dit.

Også informant #3 har familiær tilknytning til Lofoten. I likhet med informant #6 har han ikke bodd i Lofoten før han flyttet opp hit i voksen alder etter å ha bodd en rekke steder, først og fremst i Norge. Informanten sammenligner Lofoten med andre steder på en måte som kan forstås som en forhandlingsprosess. Dette er et trekk som går igjen hos flere andre informanter. Lofoten sammenlignes med steder både nasjonalt og internasjonalt. På tross av sin tilknytning til regionen utelukker informant #3 at han flyttet til Lofoten på grunn av familiære årsaker. På spørsmålet om hva det var som for han skilte Lofoten fra eksempelvis Tromsø, Helgelandskysten, Trøndelag og Oslo-regionen er svaret:

Det var de naturgitte forutsetningene, et potensiale for å drive opplevelsesturisme ... Infrastruktur, det kompakte, diversifiserte tilbudet og mangfoldet av muligheter du har her - det er så ekstremt tilstede. (sitat informant #3)

Alle informantene beskriver i større eller mindre grad tilknytning til andre steder gjennom bo- og arbeidsforhold fra tidligere. Steder som nevnes som tidligere hjem og arbeidsområder er blant annet ulike steder i Sør Amerika, California, Texas, Canada og British Columbia. Washington State i USA, Chamonix og Nepal. Mer lokale forhold som Oslo, Namsos, Oppdal, Hemsedal, Rjukan, Tromsø og Narvik nevnes også.

Informant #1 og informant #7 har til felles at de ble kjent med Lofoten gjennom friluftslivbaserte interesser og sesongarbeid i turistsesongen gjennom mange år. For informant #1 var det et bevisst valg å flytte til Lofoten. Alternativet for henne var først og fremst Bali.

... da sto det egentlig mellom: skal jeg fortsette med dykking i Lofoten, eller skal jeg dra tilbake til Bali? Så da sto det egentlig mellom Lofoten og Bali. Men det ble Lofoten og ikke Bali. (sitat informant #1)

Informant #1 har reist mye, og bodd flere plasser både i forbindelse med tidligere karriere, og for å dykke. I Lofoten stiftet hun familie og startet firma. Før informant #1 flyttet til Lofoten var det New York som var hjemme. Som utdannet revisor som sakte men sikkert trappet ned kontorjobben for å få mer tid til å drive med dykking ble det mye reising rundt i verden til gode dykkesteder. Å flytte til Lofoten fremfor Bali beskriver hun som et valg basert på ønske om å ha nærhet til familie i Norge. Hun har familie på Østlandet, så i forhold til Bali ble Lofoten et nærmere alternativ, i tillegg til og ikke minst på grunn av den høye kvaliteten på dykkingen.

Hvis det ikke hadde vært bra dykking i Lofoten så hadde jeg ikke flyttet hit. Det var i utgangspunktet det som gjorde at jeg ble. Det var helt vanvittig bra dykking i forhold til hva jeg var vant med i Oslofjorden, og også mange andre steder. En dårlig dag i Lofoten er en bra dag i Oslofjorden. (sitat informant #1)

Informant #5 har i likhet med #3 og #6 tilknytning til Lofoten fra før. Han er derimot vokst opp i regionen og flyttet fra Lofoten etter videregående for å studere. Etter å ha arvet et hus og fått familie i en liten bygd i Lofoten flyttet han med familien til Lofoten og bestemte seg for å starte noe selv. Han beskriver at på tross av både familiære relasjoner, et etablert sosialt nettverk fra ungdomstiden og jobbmuligheter, var det muligheten for surfing og andre naturbaserte opplevelser som var avgjørende for at han flyttet tilbake.

Så det var litt tilfeldigheter, men i utgangspunktet snakket vi jo masse om å flytte til Lofoten, men det var jo på en måte da plutselig et hus som sto tomt at det ikke var noe å tenke så særlig mye på. ...men vi hadde ikke havnet her hadde det ikke vært for at det var bølger tror jeg. (informant #5)

Et annet poeng informant #5 beskriver er hvordan aktiviteten innen de ulike miljøene har økt og styrket motivasjonen og ønsket om å bo i Lofoten. Han forteller hvordan interessen for, og aktiviteten innen surfemiljøet, særlig de siste fire årene, har hatt en markant vekst. Fra at det

har vært vanskelig å få noen med ut å surfe har det blitt vanskelig å finne steder uten masse surfere ifølge han.

Sist gang det var et problem å få noen surfere med det er vel en tre år siden. Nå kan jeg nesten dra ut på hvilken som helst ukedag, omtrent når som helst på døgnet, og finne folk å surfe i lag med. Det er en god del som surfer som jobber i turnus. Jeg har tre eller fire kompiser som er leger eller sykepleiere som jobber i turnus, og da er det jo ofte mulighet på dagen å være med. Det er og en del andre selvstendig næringsdrivende som prøver å arbeide, men ofte blir de litt for tiltrukket av bølgene. (sitat informant #5)

Hus og eiendom virker å være en viktig faktor for samtlige informanter. Først og fremst beskrives huskjøp og eiendom som det som utgjør forskjellen mellom Lofoten som et midlertidig prosjekt og det å bo i Lofoten på lang sikt. For noen er kjøp av hus eller leilighet resultat av mange års sesongjobb og befester tilhørighet til Lofoten.

Jeg kjøpte leilighet her i sommer. Tidsperspektivet på den er evig. Kan hende ønsker jeg å bo et annet sted om 5 år, men jeg vil alltid ha leiligheten, og dermed alltid ha sterk tilknytning til Lofoten. Men når det er sagt, jeg har ingen planer om å flytte noe annet sted. Det kan godt være jeg bor i Lofoten til jeg dør! (sitat informant #7)

Hun beskriver videre hvordan hun før kjøp av leilighet jobbet sesong i Lofoten i 13 somre og en del vintre. De siste fire årene har hun hatt Lofoten som sin faste base. Før hun kom til Lofoten hadde hun ”ikke peiling i det hele tatt. Visste at det var fjell og et hav av muligheter for fjellklatring” (sitat informant #7). Hun opplever at ”Lofoten blir bedre og bedre for hver dag som går”. Jeg spør henne hva som for henne er et godt sted å bo:

Et godt sted å bo er et sted hvor man, når man legger seg om kvelden gleder seg til å våkne opp neste dag. Et godt sted å bo innebærer: gode muligheter for jobb og fritid, gode venner, naturnært. (sitat informant #7)

Informant #7 har videre en fin beskrivelse av hva det gode liv betyr for henne, og hvordan det utgjør en del av motivasjonen hennes for å bosette seg i Lofoten:

Det gode liv for meg er å kunne kose meg i naturen i form av skikjøring, klatring, surfing, fjellturer. Sammen med venner eller alene. Spise god, sunn mat, gjerne fra området, og ha tid til å nyte dagene. Nyte soloppganger og solnedganger, sola som aldri går ned, og nordlyset som danser salsa på himmelen. Å kunne slappe av og være aktiv. Oppleve stort, men ikke mest mulig. *Tilstedeværelse* er et essensielt begrep innenfor det gode liv. (sitat informant #7)

Paret i intervju #4 beskriver hvordan tilbud og kjøp av et gammelt tømmerhus fra 1800 tallet har vært med å forankre deres forhold til Lofoten. Det skjedde etter at de hadde vært i Lofoten en stund, og ikke var sikker på om det å drive virksomhet i regionen var noe de var interessert i på sikt.

At man får mulighet til å kjøpe bolig er jo en viktig faktor, for det er ikke flust av gode tomter og bo-muligheter kanskje heller overalt. De som solgte huset var veldig opptatt av å selge huset til folk som ønsket å bli i Lofoten ... så var det liksom møtet med kulturen og miljøet i lokalsamfunnet, i sammenheng med arkitekturen og stemningen og alt det der, som sjarmerte og fasinerte veldig. (sitat informant #4)

Paret i intervju #4 beskriver tydelig hvordan Lofoten i utgangspunktet aldri var en del av en langtidsplan, men at ting har ”gått seg til”. I dag venter de barn og har et hus de virker stolte av og en virksomhet som opplever økning i etterspørselen.

Informant #2 trodde i utgangspunktet aldri han skulle få sin australske kone med nord for polarsirkelen. Noe hun først oppfattet som en ”sinnsyk ide” (sitat informant #2). En ferietur til Lofoten og oppmuntring om å starte aktivitetsbedrift fra noen som drev overnattingsbedrift, et tilfeldig møte langs veien, og et usett huskjøp førte til at de ”plutselig” var etablert i Lofoten, som han sier. I likhet med informant #7 ser heller ikke de noen grunn til ikke å bli gamle i Lofoten:

Vi har ingen planer om å dra noe annet sted. Hvorfor skulle vi dra herfra? Her har vi jo det perfekte liv. Trenger ikke jobbe hele året, tjener nok penger, vi har alt av leketøy vi trenger ... vi har alt av natur her. Både ski, hav, fiske, du har alt utenfor stuedøren, også det stille og rolige livet. Jeg har reist i så mange år at jeg koser meg egentlig hjemme. Jeg har ikke det

suget liksom til å måtte dra noen andre steder hele tiden. Har jeg fri så syns jeg det er deilig å bare være hjemme. Ta kajakken og bare kunne dra på tur. (Sitat informant #2)

Unntatt for informantene #2 og #4 er den private boligen også arena for næringsvirksomhet. Ulike aspekter vektlegges her. For informant #1 og #6 er beliggenheten til eiendommen særlig viktig, først og fremst med tanke på synlighet og tilgjengelighet for markedet. Informant #1 har privat bolig i andre etasje av huset, og virksomhet i første.

8.1.1. Oppsummering av analysen, del 1

I teoridelen er definisjonen til Benson og O'Reilly (2009) fremhevet som en av de mer etablerte forståelsene av livsstilsflytting. De ser på livsstil som et motiv for valg av bosted uavhengig av alder og livsfase. Informantene i denne oppgaven representerer også ulik alder og ulik bakgrunn. Informantenes fortellinger er forskjellige, men et fellestrekk er at de alle anerkjenner og uttrykker det de opplever som et stort potensial i regionen. En av de tydeligste forhandlingsprosessene som kommer frem hos flere informanter er, slik jeg ser det, måten Lofoten blir sammenlignet med andre steder på. Blant flere av informantene opplever jeg en forhandlingsprosess en kontinuerlig forhandlingsprosess, der Lofoten i utgangspunktet ikke er en del av en langtidsplan. Lofoten som bosted er heller en del av en dynamisk prosess der det hele tiden tas valg og der premissene for valg også endrer seg kontinuerlig. Sted sees i dag mer enn tidligere på som et komplekst og dynamisk fenomen i takt med økt globalisering og mobilitet (Scannel og Gifford, 2010). Et økt antall studier ser også på hvordan det vi foretar oss i dagens samfunn kanskje mer enn noen gang før skal gjenspeile verdier, holdninger og aktiviteter vi ønsker å forbindes med og representere. Sammenligning med andre steder som en del av en forhandling mellom hva man skal gjøre og hvor man skal bo, beskrives i litteraturen også med begrepet "glokal stedsidentitet". Flere informanter beskriver lokale forhold opp mot globale steder og premisser (Torkington, 2012) der mobilitet i dagens samfunn har gjort det lettere å velge hvor man ønsker å bo og hvordan man vil tilbringe hverdagen. Det argumenteres for at mobilitet har endret seg fra å være et geografisk fenomen til i dag i større grad å være et sosialt fenomen (Urry, 2007). Blant annet påvirker dette maktrelasjoner, der frihet og mulighet til å etablere seg på steder man i tradisjonell forstand ikke har "tilhørighet" til muliggjøres gjennom sosiale relasjoner, økonomisk frihet, og større referanseramme til steder.

I teoridelen er det beskrevet hvordan etablering av egen virksomhet regnes som en tilgjengelig mekanisme for å bosette seg ønsket sted (Stone og Stubbs, 2007). Motivasjon og drivere til informantene for å starte virksomhet i Lofoten beskrives i neste analysedel.

8.2. Analyse del 2: Etablering av virksomhet

På mange måter henger drivkreftene for å starte virksomhet tett sammen med det som er beskrevet i forrige avsnitt som har med tilflytting å gjøre. En viktig del av motivasjonen for samtlige informanter er potensialet de ser for verdiskaping i tilknytning til naturbaserte aktiviteter, blant annet gjennom økt tilrettelegging, produktutvikling, og profesjonalisering av tilbud. Flere har blitt kjent med regionen gjennom ferieturer, guideoppdrag og sesongjobbing der naturbaserte aktiviteter har stått sentralt.

Det er bred og variert kompetanse og utdannelsesnivå blant informantene. Flere beskriver hvordan det som i utgangspunktet var hobby sakte men sikkert har gått over til å bli en fulltidsjobb etter at de flyttet til Lofoten, slik eksempelvis informant #1 sier det "(...) og det var vel egentlig første gang det ble fulltidsjobb av hobbyen". Revisorjobben informant #1 hadde ble sakte men sikkert kuttet i prosent, og i dag driver hun og ektemannen, en Lofotværing, et dykkefirma med et solid nettverk både i Norge og internasjonalt. I tillegg til at hennes motivasjon i stor grad var å gjøre hobby til levebrød påpeker hun et poeng som fremheves i litteratur om livsstilsflytting (Stone & Stubbs, 2007; Claire, 2012):

Det er ikke vanlig kost å se at det er ledige stillinger i kommunen. Sånn at man må nok være åpen for å se nye muligheter og være en pådriver for å skape sin egen arbeidsplass. (sitat informant #1)

I motsetning til informant #1 har informant #2 ingen formell utdanning som sådan, men desto bredere arbeidserfaring. Han har hatt en rekke småjobber, og karrierer både nasjonalt og internasjonalt, alt fra "skiboms" i Whistler, bassenggutt og avisbud i California, guide i Chamonix, og karriere i et stort internasjonalt bankforetak. Informant #2 beskriver flytting til Lofoten og kjøp av hus som en prosess i stor grad påvirket av sosiale nettverk og det han karakteriserer som "sammenfall av tilfeldigheter". Etter hvert som han opplevde at jobben han

hadde gikk på kompromiss av livskvaliteten valgte han å gå tilbake til å jobbe med naturbaserte aktiviteter. På den måten ble arbeid kombinert med fritidsinteresser. Det begynte med at han skulle hjelpe en kompis som drev sykkelturnering i Lofoten. Etter hvert utviklet det seg til etablering av eget firma. Det som begynte med ti sykler er i dag, ca fire år senere, blitt til 65 sykler en del kajaker, ski og guiding av en rekke ulike turer.

Jeg gadd ikke utvikle meg innen bank. Jeg tjente masse spenn, men livskvaliteten min gikk jo i dross i forhold til hva jeg ønsker. Det er ikke noe vits å tjene masse penger hvis du ikke har tid å bruke dem. Jeg måtte ha barnepasser til bikkja liksom, for jeg jobbet så mye. Hele poenget er jo borte. Da lever du for å jobbe da, istedenfor å jobbe for å leve. (sitat informant #2)

Han utdyper motivasjonen for å starte opp selv og bli boende i Lofoten som et livsstilsvalg, der frihet, og muligheten for å drive med naturbaserte aktiviteter er viktige premisser for trivsel.

For oss så er jo det å kunne leve og gjøre som vi vil uten at andre skal bestemme og uten å være så bundet av økonomi og materielle ting som gjør at du må jobbe hele tiden. Så livsstilen, det at jeg har tid å padle kajakk når jeg vil, kjøre på ski på vinteren hvis jeg vil. Å ha frihet til å gjøre det, det er jo for oss livsstilen. For mange andre vil livsstilen være det å kunne tjene penger. Det er veldig knyttet mot sånn vi gjør, folk som jobber i en bank vil jo ikke kalle det en livsstil. Men det er akkurat det samme, det er bare en annen måte å gjøre det på. (sitat informant #2)

De fleste informantene beskriver en tidligere karriere som ikke er innen reiseliv eller i tilknytning til naturbaserte aktiviteter. Aktiviteter som klatring, kajakkpadling, skikjøring, surfing og dykking har riktignok vært en viktig del av den sosiale omgangskretsen og bruk av fritiden for alle. Et par av informantene har en ekstrajobb, først og fremst for å få det til å gå rundt mens de utvikler egen virksomhet. Sesongutfordringer med lav etterspørsel i skuldresesongene er også en grunn for ekstrajobb på siden. En jobber i barnehage for å livnære seg i skuldresesongene, og en annen er enda i etableringsfasen av egen virksomhet, men har beholdt sin opprinnelige jobb innen IT, som han gjør hjemmefra.

I tillegg til at jeg prøver å livnære meg som webdesigner prøver jeg å gjøre en drøm til virkelighet ... Når man bor en plass tar man ting litt for gitt, og etterhvert så ser man egentlig hva man går glipp av. På bakgrunn av det så fant jeg ut at vi prøver å gjøre noe i forhold til turisme, også førte det ene til det andre. (sitat informant #5)

Informant #5 har flyttet tilbake til sine barndomstrakter. Det å reise vekk fra der han er vokst opp og bo ulike steder, opplever han som viktig for å se Lofoten med nye øyne og for å få det engasjementet og motivasjonen han har for å være med å utvikle noe nå.

Det er masse uforløst potensial, og man ønsker jo å være med å bygge! Vi har flott natur, men flott natur det er ikke nok i seg selv. Det må tilrettelegges hvis man skal kunne tjene penger på det. Man tjener ingenting på at folk kommer å benytter seg av naturen, men man må kunne gi noe mer som folk er villig til å betale for. (sitat informant #5)

Informant #5 hevder i likhet med flere andre intervjuede at det i for liten grad er gjort noe med potensialet for verdiskaping i regionen. Et annet eksempel er sitatet fra informant #3. Han fokuserer i tillegg til naturopplevelsene, på historiefortelling og kulturformidling, og mener det er denne kombinasjonen som gjør Lofoten særegent.

Det holder liksom ikke at fjellene er høye, og at det er snø på de avogtil så man kan stå på ski. Vi har noen naturgitte forutsetninger, det er noe mer software rundt det her som er viktig å formidle. Fotefar er helt sentralt. Variasjon, ja det er absolutt til stede. Kontrastene er så ekstreme i forhold til vær og vind, årstider, hav og fjell. Der er brutalt her. Men hvis du ikke har en historie å fortelle, da blir det et nytt plastic fantastic. Et nytt Lappland. (sitat informant #3)

Informant #3 fokuserer i tillegg på fordelene ved infrastrukturen i regionen og tilgjengeligheten både til resten av landet og internasjonalt. Også her påpekes riktignok utviklings- og forbedringspotensial både innen flyplass, buss, båt og vei. Infrastruktur, sosialt nettverk og nærhet til naturen er sentrale stikkord som også paret i intervju #4 legger vekt på som noe av grunnen til at de i dag har et langsiktig perspektiv på å bo og drive i Lofoten. Det hadde de ikke da de flyttet hit til å begynne med. I tillegg til huskjøp er suksess i utviklingen av bedriften en viktig faktor slik de ser det. Mannen i intervju #4 beskriver hvordan de,

spesielt han, tidligere har levd det de kaller en ”nomadisk livsstil”. Et av de største fortrinnene ved å starte den typen bedrift i Lofoten, slik de ser det, er nærhet til omgivelser der man kan levere internasjonalt konkurransedyktige naturopplevelser, samtidig som man kan komme hjem etter jobb og bo i sosiale omgivelser med gode fasiliteter.

Hun: ja, det var jo en av grunnene til at han ville jobbe som guide her oppe, det var at han kunne komme hjem til kona si hver dag, og ikke måtte dra på ekspedisjoner og fly og reise hele tiden.

Han: det er ikke så mange plasser du kan gjøre det. Noen plasser i alpene kan du jobbe og komme hjem nesten hver dag, men det er bare på sommeren, og lite om vinteren. Utenom det må vi jobbe ukesjobb eller måneder. Så her i Lofoten har vi mulighet til å komme hjem hver dag, både sommer og vinter. Det synes jeg er veldig nice, og viktig! (informant #4)

Lofoten beskrives som en av de få stedene i verden man kan leve som guide i den type landskap og samtidig ha nærhet til hjem og familie. Denne beskrivelsen synliggjør også sammenhengen mellom jobb, fritid, og valg av bosted som kjennetegner samtlige informanter. Slik de beskriver det er disse fordelene noe som ble synlig for de etter å ha flyttet opp og startet virksomhet. Til å begynne med var det kun tenkt å gjøre noe innen reiseliv for en liten stund

Ja da skulle vi liksom bare prøve, og familien bare ”hva er det dere driver med” og vi bare ”nei vi skal bare bo her et halvt år og prøve litt”. Ja vi skulle jo *bare* prøve... vi hadde ikke noe plan om å gjøre det de neste fem årene... Overhode! Vi hadde aldri sett for oss egentlig det. (sitat informant #4)

For paret i intervju #4 beskrives det sosiale miljøet, mulighet for kjøp av attraktiv bolig, og kvaliteten på muligheten for naturopplevelser i kombinasjon med nærhet til hjemmet som noen avgjørende faktorer for å bo og drive der de gjør.

Strukturelle forhold som eiendom, infrastruktur, levende lokalsamfunn og naturen i regionen har i sum vært viktig for valg av Lofoten i samtlige intervju. I tillegg er terskelen for å starte små og mellomstore bedrifter innen reiselivet regnet å være relativt lav (Hollick og Braun,

2005). Ved siden av de mer praktiske forholdene er det personlige, følelses- og verdibaserte motiv og driverne som først og fremst karakteriserer disse entreprenørene. Felles for informantene er ønske om å formidle og dele naturopplevelser med andre.

Informant #1 er tydelig på at hun ønsker å tilrettelegge for bra naturopplevelser. Hun har gått så langt som å ekskludere yrkesfiskere som kundegruppe. Andre har ikke gått like drastisk til verks, men det er ingen tvil om et oppriktig engasjement med ønske om at folk skal få en bra opplevelse, som gjenspeiler hennes motivasjon for å dykke. Om yrkesfiskere som melder seg opp på dykke kurs hos henne sier informant #1:

Det er ikke for å ha det som hobby, det er fordi de driver med fiske, så får de tau i propellen og trenger å kappe vekk det tauet. Og der går det en grense for meg. Jeg er ikke så interessert i å lære de å dykke, jeg har lyst å lære bort en hobby. Jeg har lyst å lære de å oppleve og å sette pris på den naturen og det mangfoldet som er under vann. Hvis de skal gå rett på arbeidsdykking så får de gå på yrkesdykkerskole. (Sitat informant #1)

Informant #1 som driver dykkevirksomhet beskriver hvordan mye av motivasjonen for å drive virksomhet er formidling av kulturhistorien i området, og tilrettelegging for en naturopplevelse av høy kvalitet, som blir til minner hos gjestene. Ikke av praktiske grunner. Hun beskriver videre hvordan bransjen er preget av mye usikkerhet, men at prioriteringene oppleves som viktige, for selv å beholde engasjementet i det hun driver med.

Informant #6 har vært i Lofoten en del som barn for å besøke besteforeldre, men har selv vokst opp i Oslo. Han har solgt og arrangert turer til Lofoten mens han ennå bodde i Oslo, men flyttet etter hvert opp selv, både for å være mer aktiv og fordi han hadde en ”hemmelig drøm om å satse på å leve av noe som egentlig er hobby” (sitat informant #6). Han beskriver hvordan motivasjonen for å starte bunner i egne opplevelser og iveren etter å dele naturopplevelsene med andre.

Det som er viktigst for meg er at folk kommer hit og får en fin opplevelse av det vi driver med, og at vi får vist frem Lofoten fra sin beste side. Det var derfor jeg også ville flytte hit, fordi jeg synes det er så fantastisk fint her. Og jeg synes flere bør få se det fra den siden som jeg ser det. ... også det å skape seg et sted å jobbe på. Selv om det har vært vanskelig å kunne leve

av hele tiden. Det er derfor jeg må jobbe litt i barnehage og sånt nå på vinterstid. (sitat informant #6)

I likhet med informant #1 er motivasjonen for selv å linne utøve aktiviteten sentral. Muligheten for å kunne gjøre det til levebrød er en driver for å bosette seg i Lofoten. Men selv om inngangsterskelen er relativt lav, er det en del utfordringer som følger med prosessen. I neste analysedel blir det sett på hva informantene beskriver som både muligheter og utfordringer ved det å bosette seg, og starte egen virksomhet i Lofoten.

8.2.1. Oppsummering av analysen, del 2

Stone og Stubbs (2007) har karakterisert livsstilsentreprenørskap og de som starter opp som selvstendig næringsdrivende som direkte følge av en flytteprosess. Flere studier viser også til valg av bosted på bakgrunn av fritidsbaserte reiser, og relatert til muligheten for å kunne ha en ønsket livsstil, ofte i naturbaserte reiselivsregioner (Snepenger, Johnson og Rasker, 1995). Blant informantene er det tre av syv som viser seg å ha tilknytning til regionen gjennom familiære relasjoner, selv om de påpeker at det ikke er den avgjørende grunnen for å flytte til Lofoten. Selv om informantene har ulik inngangsverdi har de til felles at de beskriver et stort potensial i regionen som de ønsker å være med å utnytte. Begeistring ovenfor naturen i kombinasjonen med levende lokalsamfunn, historien, og relativ god infrastruktur er noen av fellesnevnerne når det gjelder motivasjon. En personlig interesse for selv å utøve naturbaserte aktiviteter, og å dele denne med andre gjennom ulike måter å formidle den på virker å være et oppriktig ønske og en viktig motivasjon hos informantene.

8.3. Analyse del 3: Muligheter og utfordringer ved å bo og drive i Lofoten

I denne analysedelen ser jeg nærmere på hvilke utfordringer og muligheter informantene opplever både med tanke på å bo og drive i Lofoten. Analysedelen bygger på tre undertitler, basert på tema som ble synlig på tvers av informantene. Først blir det sett på hvilket forhold aktørene har til kommunen med tanke på etablering og drift av reiselivsvirksomhet. I andre del beskrives forholdet til lokalsamfunnet, og hvordan det har vært å flytte til og starte virksomhet i det som tradisjonelt er små fiskevær. Tredje del ser på forholdet mellom jobb og fritid, og hvordan den uklare overgangen er både en motivasjon og en utfordring.

8.3.1. Forholdet til kommunen og offentlige prosesser

Informantene holder til i ulike kommuner, og driver i stor grad også virksomhet på tvers av kommunegrensene. I sitt forhold til kommunene er det spesielt tre tema som går igjen. Det er kritikk av manglende kompetanse innen reiseliv, uklarhet hvilken rolle kommunen har innen reiselivsutvikling, og dårlig samarbeidet på tvers av kommuner. Det understrekes at spredningen av informantene i denne oppgaven på tvers av kommuner gjør at det ikke er meningen å synliggjøre enkeltkommuner, men heller å fremheve noen felles tendenser blant informantene.

Informant #3 forklarer hvordan han mener at potensialet i verdiskaping innen turisme bagatelliseres. Eksempelvis illustrerer han med næringsforumene, som han i utgangspunktet ser på som en positiv og viktig arena for utvikling, men som i praksis har feil fokus.

Kommunen legger dårlig til rette for etablering. ... jeg har jo en sånn skapertrang at ting skal jo helst være ferdig i morgen. Å surre seg inn i kommunale prosesser og irrganger det er jeg ikke i stand til. Da hadde jeg vært i kommunestyret for lengst. Vi har jo et næringsforum i kommunen som i bestefall er for handelsstanden. De vurderer mye sånne småskala problem: skal det være åpningstider til klokken fire eller klokken fem, og når skal vi opp med juletrelys

... Skal du jobbe med utvikling må du jobbe kvalitativt dynamisk over tid. (Sitat informant #3)

Den manglende velviljen i kommunene bunner i tradisjonelle rutiner og manglende kunnskap innen reiseliv, i følge flere informanter. Blant annet vises det til kompliserte og tidkrevende kommunale prosesser, mye utskiftning av folk innenfor behandling av samme sak, og reguleringer som av flere beskrives som ”gammeldagse”, basert på sedvane, men uten hjemmel i lov. Også når det gjelder kjøp av bolig og regulering av eiendom for næringsvirksomhet beskrives flere utfordringer. For flere av informantene er den private boligen også base for næringsvirksomheten. Informant #6 forteller hvordan han måtte gå til rettsak mot kommunen for å få regulere eiendommen slik at han kunne drive næringsvirksomhet fra den. Han vant frem og mener konflikten blant annet bunner i tradisjonelle reguleringer som ikke var i tråd med nasjonale lover.

Jeg opplever det som et gammeldags tungrodd tettsted, der du fortsatt har væreier som er kongen på haugen her, som eier alt av grunn. Så alle tomter eies også av en væreier. Skal noe skje her ute så skal det skje med hans velsignelse da. Og hvis ikke man gjør det slik som han ønsker det, så vil han gjøre det han klarer for å stikke kjepper i hjula. Og det har jeg følt veldig. ... Derfor føler jeg også at jeg egentlig ikke ønsker å ha så mye mer med denne kommunen her å gjøre, når jeg får så god støtte som jeg gjør i nabokommunen. Og det vil for meg egentlig ikke ha noe å si om jeg har firmaadressen min her eller i nabokommunen. (sitat informant #6)

Flere av informantene antyder lignende forhold, om enn med mindre konsekvenser. Da intervjuet fant sted var informant #6 i gang med å undersøke muligheten for å registrere virksomheten i nabokommunen der han opplever større engasjement og bedre reiselivskompetanse. Informant #1 har også blitt satt på prøve av kommunen, og er i slutfasen av en sak som for dem beskrives som avgjørende for utvikling av virksomheten. Hun uttrykker tydelig frustrasjon, spesielt når det gjelder behandlingstid, kompetanse og velvilje i kommunen.

Men det er jo på en måte den tiden det her skal ta, som for vår del har tatt to og et halvt år. Det er ikke alle som har tålmodighet, økonomi eller interesse av å sitte å vente og jobbe hele tiden

for å få innpass. Det er et direkte hinder for utvikling av bedriften, som jeg skrev i et brev til ordføreren også; at det føles som vi sitter å leker i sandkassen før kommunen åpner opp for at vi skal få lov til å utvikle oss videre. Det er så mange ting som må på plass før handlingen kommer da... istedenfor at de hadde sagt: kjør på! Gjør det dere har lyst til å gjøre. Det er jo kjempebra for kommunen at dere blir! (sitat informant#1)

Når det gjelder økonomisk støtte er det flere av virksomheten som påpeker at de riktignok har fått en liten sum av kommunen i etableringsstøtte, men at den har vært ubetydelig i det store bildet og at oppfølgingen og interessen har vært mangelfull. Et annet utsagn som representerer den krasse holdningen flere har til kommunen understreker graden av selvstendighet i etableringsfasen.

Kommunen...de er jo søte da. Men de er jo på mange måter i det store og hele dau hest. De får ikke gjort en dritt. Det er mye innavl. Både stillinger og interesser ligger så tett på personene. Hvordan ting skal gjøres og ikke gjøres. Det er mange eksempler på prioriteringer i forhold til stedene innenfor kommunen. Så kommunen har ingenting med det å gjøre, på noe som helst måte. Det er helst sikkert.

Dårlige kommunale prosesser oppleves av flere som direkte hinder for utvikling av virksomheten. Lite tilstedeværelse i etableringsfase økonomisk og på andre måter er derimot ikke utelukkende negativt. Flere beskriver hvordan det har vært positivt for eierskap til bedriften med en stor grad av selvstendighet i etableringsprosessen, og hvordan det at de ikke har eksterne investorer eller offentlige midler gjør dem enda mer knyttet til og stolte av bedriften. For å utvikle og løfte bedriften til et mer profesjonelt nivå ser de det derimot som relevant og nødvendig å benytte seg av offentlige ressurser, både i form av kompetanse og økonomiske midler. Formaliserte og uformaliserte samarbeid med andre bedrifter og deltakelse i bedriftsnettverk beskrives også som viktig for utvikling og profesjonalisering.

Informant #5 er den som tydeligst beskriver et veldig positivt og nyttig samarbeid med kommunen. Han beskriver kommunens hjelp som direkte avgjørende for fremgang i sitt prosjekt. Informant #5 har dratt nytte av finansielle midler, men først og fremst kompetanse og veiledning i etableringsprosessen. I dette tilfellet beskrives kommunens engasjement som: ”veldig positivt. De har vært veldig hjelpelige. De har en egen person som har hjulpet oss.

Vi hadde ikke hatt sjangs uten. Jeg er utdannet innen IT, så jeg er ikke jurist eller noe” (sitat informant #5). Kommunen har blant annet vært behjelpelig med å veilede gjennom offentlige prosesser, og de har bidratt til å forstå reguleringer samt synliggjøre muligheter for utvikling av virksomheten. Mens kommunen i dette tilfellet har vært en viktig og sentral støttespiller, er det lokale innbyggere som virker å ha vært størst hinder for fremdrift i prosjektet, i form av konflikt med grunneiere.

Når folk bor en sånn plass så får man ofte mye eierskap og følelser for den plassen man bor på. I den her sammenhengen så har det kanskje tatt litt overhånd, og det er noen som ikke ønsker at noen andre skal involvere seg med hva som skjer på plassen. ... og det er litt slitsomt. (sitat informant #5)

Informant #5 bor på et lite sted med få naboer. Selv om han opplever samarbeidet med kommunen som svært positivt når det gjelder hjelp i etableringsprosessen, mener han kommunen kan gjøre mer for å øke tilflytting og gjøre det attraktivt for unge folk som han selv å flytte dit. Han ser på det som en utfordring å bo på et lite sted, først og fremst fordi han opplever utviklingen som lite dynamisk. Han kommer med eksempel om andre unge mennesker han kjenner som har ønsket å bosette seg i den lille bygda, men som har hatt problemer med å få regulert eiendom.

For det er et område der alt må omreguleres og prioriteres bort fra jordbruk til bosetting. Det har ikke vært enkelt ... jeg tenker at de bør være glad for hvert eneste menneske som velger å flytte hit. Så det er litt sånn rar politikk som føres. En ting er jo prinsipp, men man må jo se på realitet. (sitat informant #5)

Også informant #1 beskriver noe av det samme, og reflekterer rundt grunnen til at en del kommunale prosesser og stedsutvikling enda oppleves som tungrodd. Hun mener potensialet for å bli bedre er stort, særlig med tanke på å bli mer praktisk orientert innen reiselivsutvikling.

Det går nok mye på at ting henger igjen fra gamle tider, at det er en fiskerikommune. Det er igjen papirarbeid som må gjøres, rutiner som må gjøres om på, arealplaner som må endres,

reguleringsplaner som må endres ... klargjøring for at reiselivet skal få innpass. (sitat informant #1)

Både blant lokalbefolkningen og blant offentlige aktører opplever flere av informantene at deres virksomhet og betydningen for verdiskaping i regionen ikke tas seriøst.

Nå som man har familiebedrift som da har vært i åtte år, og man har to barn og sånn, så er det ikke bare å avslutte og si at nå skal jeg legge alt på is som jeg har jobbet for alle de årene. Men det er vanskelig, det jo litt sånn livsstil med dykking og naturbaserte aktiviteter i det store og hele. Når man driver med det på heltid og tjener penger på det så føles det vel innimellom at man ikke blir tatt så seriøst som hvis man hadde hatt en kontorjobb føler jeg. (sitat informant #1)

For informant #1 har det i likhet med informant #3 og #6 spesielt, blitt vurdert å flytte fra Lofoten som en konsekvens av lite engasjement og nødvendig støtte fra det offentlige. Men som informant #1 påpeker i sitatet over, så er det ikke bare å stikke når det som i utgangspunktet begynte som en fleksibel sesongjobb har utviklet seg til egen virksomhet, familie og eiendom. Det er heller ikke et ønske, men et uttrykk for frustrasjon av ikke å bli tatt tilstrekkelig på alvor.

8.3.2. Naturbaserte aktiviteter, fra nødvendighet til privilegie.

Verdier og holdninger i lokalbefolkningen er av betydning både i positiv og negativ forstand for flere av informantene. På spørsmål om de som aktører henvender seg til lokalsamfunnet er det først og fremst informant #5 som har et uttalt mål om å skape noe som i like stor grad skal være en arena for fastboende som for besøkende. De andre har i varierende grad henvendt seg eller blitt benyttet av fastboende. Mens informant #6 ikke får så mye gehør for sine tilbud har informant #2 et positivt forhold til lokalmiljøet. På spørsmålet om i hvilken grad lokalbefolkningen har benyttet seg av tilbudet svarer informant #6:

Jeg har ikke merket noe særlig på det. Jeg begynte i mai å holde klatrekurs og da endte det opp med at det kom et par stykker hver gang. I en kommune hvor det egentlig er ganske mange unge mennesker. Men jeg tror, hvis jeg skal tenke litt, at de faktisk er litt fra gammelt

av, litt redd for fjellet. De har blitt veldig opplært til å ha veldig respekt for havet, respekt for fjellet. Det er ikke noe man går ut å leker i, sånn som vi på en måte ser på det; de som går ut for å klatre i fjellet. Det er veldig unødvendig egentlig for de. (sitat informant #6)

I motsetning til informant #6 beskriver informant #2 positiv tilstedeværelse og involvering av fastboende. Han beskriver hvordan det vel og merke har tatt tid å innarbeide seg i lokalsamfunnet, og at det har tatt flere år før de lokale har begynt å benytte seg av tilbudene. I likhet med informant #1, #3, #4, #6 tror han at folk som er innflyttere og som har startet opplevelsesbedrift gjerne representerer en ny måte å bruke naturen på. Mens den yngre generasjonen kanskje ikke har like stor skepsis, men heller lite interesse er den største skepsisen hos den eldre generasjonen. De som har vært på sjøen mange vintre og fisket og de som har drevet med jordbruk og som nå ser at naturen blir arena for ”lek” og ”søringer som kommer og tjener penger”, de er skeptiske.

Som søring da så kommer du ikke opp hit å tar deg til rette. For da kan du bare flytte. Da er det lett at du begynner å slite. Du må svelge en del kameler. Du må være ydmyk og lære deg folka. Det tror jeg er viktig, og så vise respekt for dem og deres tradisjoner. Fordi vi kommer jo inn med reiselivet (...) og du ser det i den eldre generasjonen av fiskere, de ser jo på oss som driver i kajakk og sånn, de ser nok på det som bare en sånn tulle lek. Det er liksom ingenting. (sitat informant #2)

Informant #2 er også den som tydeligst beskriver hvordan han har tatt grep for å komme under huden på lokalsamfunnet. Han bestemte seg for å bli med på båt en vinter som fisker, for å bli bedre kjent med ”gamlekara” i lokalsamfunnet. For informant #2 virker dette å være en sentral hendelse som har vært viktig for at han og konen har funnet seg til rette i lokalsamfunnet;

En stor endring skjedde i vinter da jeg gikk på fiskebåt og jobbet på havet. Respekten som jeg har fått fra den eldre generasjonen etter det; alle gutta hilser nå, spør hvordan det går. Det gjorde de aldri før. Men nå har jeg vært på havet, og det de sier da er ”du har vist at du er mann” ... En viktig del av hverdagen nå er å dra ned på bruket når gutta står der inne med lina og alt sånn, og sette seg ned, ta en time eller to, spise kake og drikke kaffe og prate skit.

Bare det å være sosial da. Det har også gjort at de også har blitt bedre kjent med meg da. (sitat informant #2)

Informant #2 sier at de gamle riktignok fremdeles ikke er helt innforstått med det han driver med som en seriøs virksomhet, men at de nå har respekt for han og aksepterer det han gjør. Informant #2 og konen trives godt i lokalsamfunnet og mener at mye av tilknytningen og de gode relasjonene de har fått lokalt også henger sammen med signalene de har gitt med ønske om å bli på sikt. På samme måte som mye av skepsisen de møtte i begynnelsen i følge dem henger sammen med at det er en del "døgnfluer" som kommer til Lofoten for å prøve seg.

Det som skjer er at når søringer kommer hit så er folk litt skeptiske. De blir på en måte kalt for døgnfluer. Veldig mange kommer hit og skal leve det happy livet i Lofoten. Alt skal være så bra, sola skinner, men så kommer mørketiden. Det er ikke så mange som takler roen og stillheten, så i løpet av det første året blir de rett og slett borte. Det ser vi jo skjer. Jeg tror det er mer av det her enn andre steder i landet. ... det tok lang tid, men nå blir vi betegnet som lokale. De vet at vi blir, og det har stor betydning for hvordan vi blir behandlet tror jeg. Også må du vise at du jobber. (sitat informant #2)

Sitatet til informant #2 underbygges av informant #6 som beskrev hvordan han og broren kom opp sammen, men at det i skuldresesongene ble for stille for broren som flyttet tilbake.

Flere av informantene er opptatt av å være synlige i lokalsamfunnet, og beskriver hvordan de forbereder kajakkene på tunet, de gjør klar oppakninger til ski- og klatreturer ute hvis det er fint, og de står ute å fikser sykler. Målet for flere er å være minst mulig på kontor, og mest mulig blant gjestene. Flere opplever stor etterspørsel og vekst på en måte som gjør at de nå må ta stilling til hvor stor de ønsker at bedriften skal bli. Det er lite tvil om at det er et uklart skille mellom jobb og fritid for de fleste av informantene. I spørsmålet om hvor mye de skal vokse er det en del verdier som settes på prøve. I siste del av analysen presenteres noen kjennetegn ved forholdet mellom jobb og fritid.

8.3.3. Forholdet mellom jobb og fritid

En del av utfordringene som er skissert i forrige avsnitt var forholdet aktørene hadde til lokalsamfunnet, og følelsen av ikke å bli tatt som seriøs næringsaktør av kommunen. Motivasjonen for å starte virksomhet i Lofoten henger sammen med de naturbaserte ressursene og muligheten for utøvelse av naturbaserte aktiviteter. Flere av aktørene opplever stor vekst i etterspørsel, og anerkjenner et stort potensial for reiselivsutvikling. Den største utfordringen for mange når det kommer til stykke er spørsmålet om hvor store de egentlig ønsker å bli. Flere har etablert samarbeid med andre aktører, både for å utvikle produktet og ha flere bein og stå på, i tillegg til muligheten for avlastning i drift. For noen beskrives det som et kompromiss, der frihet og selvstendighet er viktigere enn samme økonomiske trygghet man har med fastere rammer. Livsstil brukes direkte av flere for å beskrive forholdet mellom jobb og fritid.

Du blir jo ikke stinn i gryn på de her greiene her da. Det er jo en ting. Men det er mer det å kunne leve et mye friere liv, enn å måtte gå på en jobb hver dag. Det passer ikke for meg. For veldig mange så funker det kjempebra, for du har trygghet, sykeforsikring og hele pakka. Nå som selvstendig næringsdrivende så har du jo så å si ingen rettigheter hvis du ikke ordner deg selv med personlige forsikringer og alt sånt. ... Det blir jo mer en livsstilssak enn noe annet!
(sitat informant #2)

For informant #5 tar etablering av virksomhet mye tid, men surfing som er hans store lidenskap er ikke en direkte del av forretningsideen. For de andre informantene er naturbaserte aktiviteter en sentral del av både jobb og fritid. Det informant #5 har til felles med de andre informantene når det kommer til forholdet mellom jobb og fritid er utfordringer knyttet til prioriteringer i hverdagen. Hans forretningside baserer seg på motivasjonen om verdiskaping og tilrettelegging av naturbaserte opplevelser. Noen av informantene har et større økonomisk fokus, mens de fleste har det i bakgrunn av andre verdier. Felles for informantene er at økonomisk bærekraftig drift er en premiss for drift, men ikke et mål i seg selv.

Jeg ønsker jo å være fri så langt det lar seg gjøre, og at det går økonomisk sånn at man får tid til å gjøre det man virkelig har lyst til, som å surfe. Det vil vel alltid bli en prioriteringssak på en eller annen måte. Man må jo tjene til livets opphold. Men det handler om å prioritere det

som er viktigst i livet. For min del så er det familien og det å bo her og de mulighetene det gir. Så kommer jobben lengre ned på listen. (sitat informant #5)

Begrepet ”frihet” brukes regelmessig for å beskrive motivasjon for kombinasjonen mellom jobb og fritid. Informant #7 beskriver hvordan hennes livsstil er natur og variert friluftsliv, og muligheten til å bestemme over ”min egen dyrebare tid” (sitat informant #7). Som fotograf, frilansguide, og forfatter er hun ikke i like stor grad bundet av turistsesongen som de som arbeider fulltid med det. Informant #7 beskriver motivasjon for jobb, og det hun ser som utfordrende slik:

Jeg må trives med det jeg jobber med. Jeg må kunne utsette jobbdagen hvis det er strålende sol og pudde på fjellet. Da får jeg heller jobbe om kvelden. Det var tungt økonomisk i starten, det er det kanskje fremdeles, men nå har snøballen begynt å rulle, og jeg merker at alt sklir litt lettere. Jeg sier ofte at det er viktig å drive for meg selv fordi jeg vil ha frihet, bestemme selv osv. Men det å drive for seg selv innebærer også mye ansvar, og mange forpliktelser jeg ikke var klar over. Jeg er ikke alltid like fri som jeg kunne ønske. Men håper å kunne ha litt mer struktur på jobben fremover, slik at det ikke baller på seg i gigantiske snøballer i perioder.” (sitat informant #7)

Utfordringen med å ivareta fritid understrekes av flere. Det anerkjennes av flere at når høgsesongen står på så er det virksomheten som gjelder. Naturopplevelsene de får med gjester er det som gjelder da, og det krever en tilstedeværelse utover en åtte-til fire jobb.

Det er en livsstil det vi gjør. Vi er jo mye ute til alle døgnet tider. Midnattssola kan du på en måte ikke dra å se mellom klokken ni og fire. Det er vel det at vi er ute når det passer oss, og selvfølgelig kan du ikke si til turister at her kan du bare dra på tur i normal arbeidstid. Så da må man tilpasse seg sånn at de fleste får vært med på det de har lyst å være med på. (sitat informant #1)

Eierskap til bedriften og nærhet til produktet er viktig for samtlige. I tillegg til at de har fokus på at de økonomisk skal fungere på en bærekraftig måte er det nærhet til gjestene som er viktig. Flere av informantene har lignende refleksjoner som informant #2:

For det som jeg ønsker er at bedriften vår er oss, og ikke bare navnet at folk skal huske hvem vi er og ikke bare si: du må til det selskapet. Jeg vil at folk skal huske hvem de har vært hos. Personer som de har møtt. Det skaper et minne hos folk, med bilder og alt mulig som gjør at de anbefaler videre. Og det funker da. Det ser vi jo. (sitat informant #2)

Identifisering og personifisering av virksomheten er viktig for samtlige aktører. I likhet med informant #4 er informant #2 også opptatt av selv å utforske omgivelsene, og gjøre seg til spesialist på turer i ulike områder etter ulike værtyper og årstider. Informant #6 beskriver utfordringer ved forholdet mellom jobb og fritid:

Det ble ikke helt som jeg hadde forestilt meg. Fordi når du jobber som guide så blir det veldig mye turer og sånt på de samme stedene hele tiden. Du har med deg folk som ønsker å oppleve noe av det Lofoten har å tilby, men som jeg som guide har opplevd for lenge siden. Så det blir ikke så veldig mange turer som jeg får tatt på egen hånd. Noe som jeg egentlig kunne ønske å gjort mye mer av. Men det er det ikke mulighet til. For de dagene som er fine her oppe er jeg nødt å dra på tur med gjester. Og da er det den "dårlige sesongen" som blir igjen til meg da. Og det er ikke så kult. (sitat informant #6)

Informant #6 uttrykker en frustrasjon over utfordringer med prioritering og muligheten for å få de gode opplevelsene utenom jobb. Han fortsetter med å understreke at motivasjonen for å drive med det han gjør overskygger det som til tider blir slitsomt og negativt. Og han fortsetter:

Så jeg må av og til si til meg selv: men det er jo dette her jeg ønsker. Og jeg har jo verdens fineste arbeidsplass når jeg kan få lov til å vise frem Lofoten og vise frem de flotteste stedene i Norge til folk som er superentusiastiske og som ønsker å ta del i opplevelsene. Det er jo det jeg har lært meg selv å si til meg selv. For det er jo faktisk verdens fineste jobb når du kan gå ut en flott sommerdag, eller en kjempefin vårdag og stå på ski og sånne ting med folk som da er super happy. (sitat informant #6)

Informant #2 og #4 som har tilsvarende virksomhet er mer positive til utfordringen mellom jobb og fritid. De opplever at kunnskapen de har opparbeidet seg gjennom å bli kjent i regionen har gitt dem et viktig konkurransefortrinn. Det er fremdeles en del guider som

kommer til Lofoten kun i forbindelse med høgsesongene, men som slik de ser det ikke når opp til det samme nivået når det gjelder kunnskap om de beste stedene i ulik type vær og årstid. I hvilken grad virksomheten skal vokse har de ikke bestemt seg for, men felles er at de ønsker å gi seg mens leken er god og ikke presse det verken økonomisk eller at det går på tvers av de verdiene de startet virksomheten på. Sesongutfordringer bidrar også til usikkerhet, men det som for flere er en større ”trussel” er at de må sitte mer på kontoret ettersom virksomheten vokser, og miste kontakt med produktet og gjestene.

8.3.4. Oppsummering av analysen, del 3

Risiko og usikkerhet er to forhold som ofte tas med i definisjon av entreprenørskap, særlig innenfor den økonomiske tilnærmingen (Hollick og Braun, 2005). Det er lite tvil om at informantene selv opplever disse forholdene som tilstedeværende, blant annet gjennom uforutsigbarheten sesongvariasjonene medfører. Allikevel ser man en del trekk som skiller flere av informantene fra den mer tradisjonelle forståelsen av entreprenørskap (Peters m.fl. 2009). Informant #1 beskriver hvordan hun har ekskludert yrkesfiskere som kundegruppe fordi det ikke er i tråd med hennes motivasjon for å drive dykkefirma. Informant #2 er opptatt av å levere så bra som mulig, men først og fremst på egne premisser. Han sender kunden videre dersom han opplever at det ”blir for mye mas”. Nærheten til produktet og ønske om at kunden skal huske de som person, at ”firmaet skal være dem”, og ikke fremstå som en ”hvilken som helst aktivitetsbedrift” er viktig for samtlige som tilbyr aktiviteter. De mener det styrker deres forhold til kunden og skaper en lojalitet som gjør at folk kommer tilbake (Snepenger m.fl. 1995).

Livsstilsentreprenørskap forstått som en virksomhet som har vokst frem av en hobby og fritidsinteresse kjennetegner informantene i større eller mindre grad (Claire, 2012). For informant #3 er det et resultat av en lengre karriere innen reiselivet, og en kombinasjon av personlige interesser og bransjekunnskapen. For de andre er det prosjekt som ikke er en forlengelse av tidligere karriere som sådan, men en endring der hobby er blitt arbeid. Høy risikovillighet, lav inngangsverdi, og lav grad av profesjonalitet beskrives i litteraturen som karakteristisk særlig for entreprenører innen reiselivet (Hollick og Braun, 2005). Flere påpeker i forlengelse av dette at livsstilsmotiv ikke må undervurderes som en viktig driver for suksess (Shawn og Williams, 2004; Claire, 2012).

Forholdet til kommunale og offentlige prosesser oppleves som ganske anstrengt og vanskelig for flere av informantene. Flere opplever at de ikke blir tatt seriøst. Dette påpekes i litteraturen som en kjent utfordring for små og mellomstore virksomheter i reiselivet mer generelt. Det er heller ikke noe unntak, og snarere mer tydelig hos det Claire (2012) definerer som livsstilsentreprenører, som i flere studier viser til hvordan denne typen virksomhet ikke betraktes som en seriøs eller viktig del av verdiskaping, lokalt eller nasjonalt.

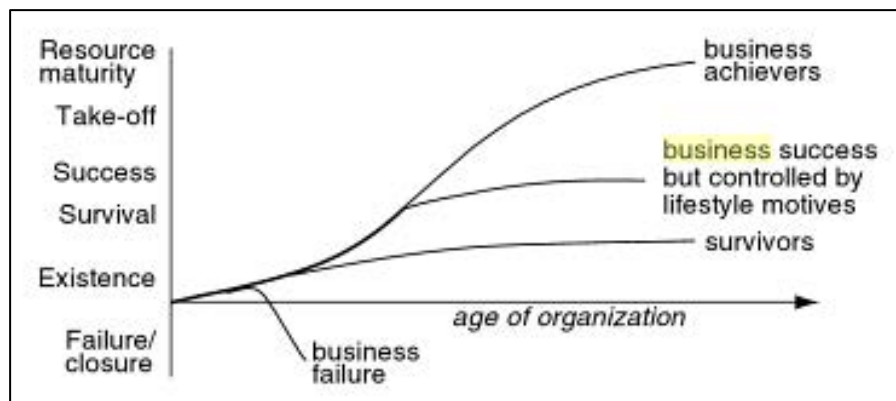
Variasjon i personlige ressurser, som eksempelvis nettverkskapital, ulik motivasjon og grad av erfaring blant entreprenørene fremheves også i litteraturen som relevante faktorer for etablering (Stone og Stubbs, 2007). Blant annet får dette følger i form av at man i større grad er avhengig av egne ressurser enn om man flytter til eksisterende arbeidsplasser. I tillegg til egne ressurser fremheves også betydningen av tilgjengelige ressurser og ikke minst velvilje i området det flyttes til. Den enkeltes sosiale ressurser i kombinasjon med erfaring fra bransjen, og kunnskap innenfor de ulike aktivitetene som tilbys virker å være sentrale faktorer for trivsel og suksess i drift.

9. Diskusjon

En av utfordringene ved studier innen livsstilsflytting er definisjonen og konkretiseringen av begrepet livsstil. Det er isolert sett et bredt begrep, og innen samfunnsvitenskapen var det et overraskende stort antall studier som redegjorde for livsstil. Giddens (1990) er en av dem som har gått dypt inn i begrepet, og forstår det som en selvrealiserende praksis. Andre beveger seg enda ganske på overflaten. Både Veal (2007) og Jenssen (2007) trekker en tydelig kobling mellom jobb og fritid, og mener livsstil synliggjøres gjennom materielle valg og praksiser i hverdagen. Dette er ikke så langt fra Gullestad sin forståelse, som er den jeg ser som mest anvendelig i forståelsen av livsstil. Gullestad (1989) nyanserer forståelsen av livsstil og knytter det mer konkret til praksiser i hverdagen ved å skille mellom livsstil og levesett. I livsstil legger Gullestad selve symbolverdien ved levesettet. Levesettet blir i så måte selve handlingen knyttet til verdier, holdninger og interesser.

Gjennom intervjuene viser informantene hvordan forhold mellom jobb og fritid står helt sentralt når det gjelder prioriteringer i hverdagen. Slik jeg forstår livsstil og levesett i lys av intervjuene er utsagn og begrep som: ”frihet”; ”tilstedeværelse”; ”jeg ønsker at bedriften er oss”, noen eksempler som gjenspeiler symbolverdier. Flere informanter beskriver hvordan de er opptatt av å være mest mulig ute blant gjestene, slik at det er dem som personer gjestene husker, og at de ikke blir en tilfeldig aktivitetsbedrift i Lofoten. På den måten ønsker aktørene både å skape merverdi i virksomheten, og selv å delta i aktivitetene. Det å være synlige i lokalsamfunnet gjennom å ha eksempelvis sykkelverksted på tunet, arrangere klatresamlinger for lokale, og henge med de lokale fiskerne er eksempler på bevisste handlinger for å posisjonere seg i lokalsamfunnet. Et eksempel er også informanten som driver dykkefirma, som er tydelig på at det er fritidsmarkedet hun henvender seg til, ikke yrkesdykkere. Hun er opptatt av å formidle de verdiene som er viktig for henne selv i produktet, og er ikke interessert i å være ”lærer” med fokus på kun det praktiske. Samme informant har næringsvirksomhet i ene etasjen og det private hjemmet i andre etasjen av boligen. Ved å stenge av innvendig slik at man må gå rundt huset og inn i etasjen under for å komme ”på jobb”, beskriver hun hvordan de først og fremst symbolsk ønsker å ha et skille mellom privatliv og arbeid. Samtidig påpeker hun at det for gjester ikke oppfattes som et skille, og at folk gjerne banker på døren hos de privat til alle døgnetstider. Noe hun allikevel godtar som ”en del av livsstilen”, og en følge av å bo slik. Skille mellom jobb og fritid glir helt tydelig

over i hverandre for samtlige informanter. De identifiserer seg med virksomheten, og ønsker også å bli identifisert med den av gjestene. Samtidig oppleves det uklare skille som en utfordring, særlig når det gjelder å vurdere muligheter for vekst av bedriften, uten at det går på bekostning av motivasjon, nærhet til produktet og muligheten til selv å være ute. Livsstilsverdier er i økt grad anerkjent som en reell motivasjon og drivkraft innen reiselivsbedrifter, og en viktig verdi som kan bidra til å opprettholde positiv drift. Dette er blant annet illustrert av Shaw og Williams (2004) som beskriver utfordringer innen små bedrifter i reiselivet, som kjennetegnes av enten å streve med å holde seg på et ”overlevesesnivå” eller streve etter kommersiell vekst. For flere av informantene er det tydelig et spørsmål om hvor store de ønsker å bli, siden etterspørselen er god og potensialet de ser stort. Flere er i en fase der de profesjonaliserer driften, og søker en løsning som ivaretar god drift, uten at det går utover friheten til å disponere egen fritid.



FIGUR 4 LIVSSTIL SOM FAKTOR FOR STABILITET OG GOD DRIFT. (KILDE: SHAW OG WILLIAMS, 2004:128)

Livsstilsrelaterte valg kommer til å kjennetegne samfunnet i fremtiden, påstår Walmsley (2003). Benson og O'Reilly (2009), som har den mest brukte definisjonen innen livsstilsflytting, legger vekt på at det er noen privilegier som må være tilstede, og at livsstilsflytting først og fremst omfatter middelklassen, som på verdensbasis er økende. Janouscka og Haas (2014) hevder også det er bevis for at det de karakteriserer som ”privilegerte former for mobilitet” kjennetegner livsstilsflytting, og at denne gruppen flyttere er i økning. Flere av informantene bruker begrepet *privilegium*, først og fremst for å beskrive sin posisjon i forhold til de mulighetene de ser i Lofoten. Flere opplever at det er ganske urørt terreng, med et stort potensial for verdiskaping innen naturbaserte opplevelser. Kunnskapen

flere informanter har tilegnet seg om forholdene i regionen, gjennom ulike årstider og værforhold, oppleves som et stort konkurransefortrinn, i forhold til hva de som bare er innom på høgsesongene har mulighet å tilegne seg. Naturen i kombinasjon med kulturhistorien og tilknytningen de selv har fått til regionen opplever de som en stor verdi, både personlig og med tanke på produktutvikling.

Privilegert er også et begrep som i litteraturen om livsstilsflytting brukes for å beskrive bruk av naturen (Benson og O'Reilly, 2009). Flere viser til hvordan naturen brukes ulikt av lokale og tilflyttere (Benson og O'Reilly, 2009). Det som synliggjøres er blant annet hvordan naturen tradisjonelt har representert en ressurs og en nødvendighet i form av næringsgrunnlag. Livsstilsflytterne representerer i så måte bruk av naturen som et privilegium. Bruk av naturen skjer på premisser av valgfrihet, og ikke som en nødvendighet. Det er innenfor dette skjæringspunktet også en av de tydeligste utfordringene for informantene synliggjøres, slik jeg oppfatter det. Fiskeværene i Lofoten, de små bygdene og til og med byene har blitt formet av fiskeri, landbruk og handel. Fremdeles er fiske helt sentralt for verdiskapingen i regionen, og mange strukturer er fremdeles tilrettelagt heretter. Med motivasjon om å gjøre en hobby til arbeid representerer informantene det som for mange virker å fremstår som "lek". Flere utsagn viser hvordan informantene ser på det som utfordrende at det som er lek i fritidssammenheng også utgjør arbeid og næringsinntekt og ikke anerkjennes som en viktig del av verdiskaping i regionen. En informant mener hun hadde blitt tatt mer seriøst om hun hadde jobbet på kontor, og at hun behandles som om hun "leker i sandkassen". En annen informant vurderer å omregistrere virksomheten til nabokommunen i frustrasjon over ikke å bli tatt seriøst. Gjennomgående virker det som kommunene ikke har tydeliggjort hvilken rolle de ønsker å ta innen reiselivsutvikling. Også blant lokalbefolkningen hevder informantene at tradisjonell bruk av naturen, stikker dypt og at sykling, toppturer, og flere av aktivitetene de representerer ikke er utbredt fra før.

Engasjement i lokalsamfunnet, uklart skille mellom jobb og fritid, og fokuset på sosiale verdier er i følge Claire (2012) signifikante motivasjonsfaktorer hos de hun definerer som livsstilsentreprenører. Dette stemmer godt overens med funnene i denne studien. Claire påpeker riktignok mangelen på et godt teoretisk fundament for en god definisjon av livsstilsentreprenørskap, og hevder det kan ha sammenheng med lav anerkjennelse som en viktig del av verdiskaping lokalt og nasjonalt. Flere studier påpeker nødvendigheten for å

forstå entreprenørskap innen turisme som en del av en større helhet, blant annet fordi den enkelte aktørs leveranse påvirker destinasjonens konkurranseevne (Russel og Faulkner, 2004). Benson og O'Reilly (2009) understreker også betydningen, både sosialt og økonomisk, livsstilsflyttere antas å ha på steder, selv om det enda er få studier som undersøker dette.

I forståelsen av sted er det lagt vekt på studier som argumenterer for sted som noe dynamisk som påvirkes gjennom sosiale relasjoner og forholdet til andre steder (Massey, 1995). Mobilitet og sted er tradisjonelt i stor grad behandlet adskilt, men blir i denne sammenhengen basert på tilnærmingen til Williams og McIntyre (2012) sett i sammenheng. En vanlig oppfatning har vært at mobile personer i liten grad knytter sterke bånd til sted. Min studie tyder på at informantene tvert i mot har knyttet sterke bånd til Lofoten. Flere beskriver hvordan Lofoten på den ene siden ikke har vært en langtidsplan, men viser på den annen side til hvordan kjøp av bolig de liker har vært viktig for at de er mer knyttet til regionen i et langsiktig perspektiv. Halseth (1999) hevder attraktive boliger og tilgjengelige tomter er en viktig faktor for at folk skal etablere seg.

Mens mobilitet på den ene siden tilgjengeliggjør steder og former nettverk mellom steder, mennesker, kunnskap og informasjon blir det på den annen side hevdet at det er blitt økt fokus på å verne om lokale verdier og tradisjoner (Urry, 2007). Informantene har gjennomgående et bevisst forhold til kulturhistorien i Lofoten, og ser på dette som en viktig verdi og en helt sentral dimensjon i sine produkter og det de ønsker å formidle til sine gjester. Denne holdningen kan tolkes innenfor begrepet Torkington (2012) kaller "glokalisering". Hun beskriver hvordan økt globalisering har ført til en reaksjon som ivaretar og bygger opp under stedegne verdier, og hvordan tilflyttere på den ene siden bringer med seg noe nytt, samtidig som de forholder seg til de lokale verdiene. Gjennom en slik integrering argumenterer Torkington (2012) for at man oppnår en "glokal stedsidentitet". Mer konkret synliggjøres dette, slik jeg ser det, gjennom nettverkskapital. Nettverkskapital defineres av Urry (2007) som evnen til å bygge og ivareta sosiale bånd, som både gir emosjonelle, finansielle og praktiske fordeler. Begrepet nettverkskapasitet brukes gjerne til å synliggjøre at det dreier seg om den enkeltes kapasitet til å bygge og benytte seg av sosiale relasjoner i ulike settinger. I teorien ble det fremhevet hvordan mobilitet i seg selv ikke er avgjørende for vekst, men avhenger av sosiale relasjoner og hvordan disse praktiseres (Urry, 2007). Gjennom intervjuene synliggjøres sosiale relasjoner som viktige gjennom hele flytte- og

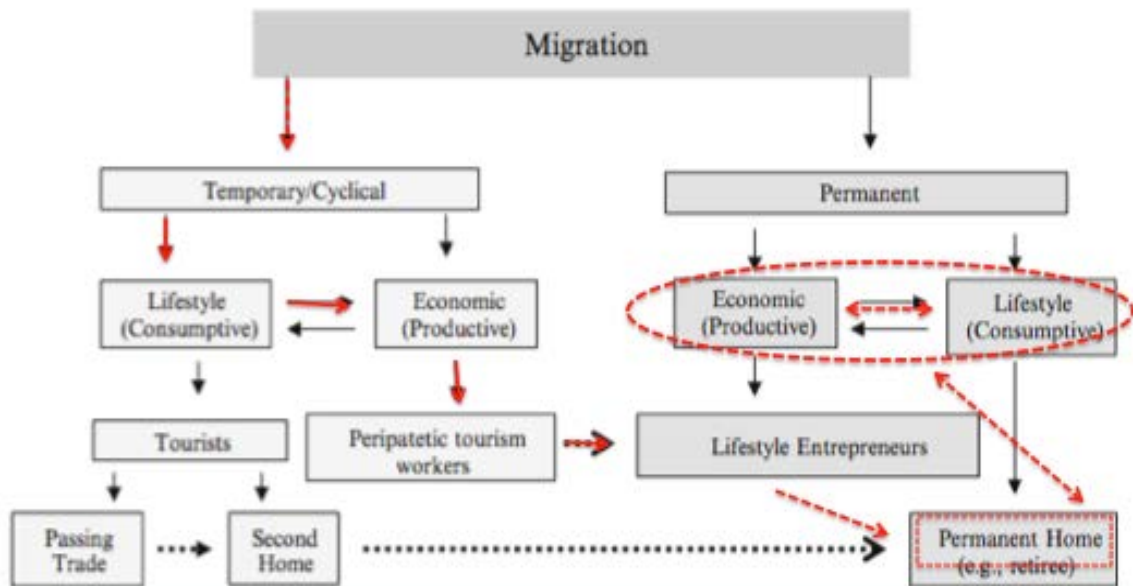
etableringsprosessen. Spesielt viktig virker nettverkskapital å være i form av støtte og anerkjennelse i etableringsfasen. Eksempelvis beskriver en av informantene hvordan responsen fra ”de viktige folkene” inspirerte og underbygget at de hadde noe bra på gang, og hvordan kommentarene i sin tur ga dem kredibilitet i bransjen, som også på sikt har bidratt til å underbygge merkevaren deres. Som kvalifisert arbeidskraft brukes også nettverket i stor grad i flere av virksomhetene.

Et eksempel på mobilitet og nettverk fikk jeg også da jeg selv i løpet av arbeidet med masteroppgaven jobbet en kort periode på Antarktisk, og ble kjent med flere amerikanske guider som kjente godt til Lofoten. Det viste seg at de også jobbet for noen av aktørene jeg intervjuet til oppgaven. Ved siden av å jobbe i Lofoten var dette mennesker som hadde fjell som sin arbeidsplass, uavhengig av om det var i Nepal, Pakistan, Antarktisk, Alpene, Svalbard, Norge eller Lofoten.

Livsstilsflytting beskrives av blant andre Torkington (2012) som en konsumdrevet mobilitet, med tanke på hvordan det relateres til turisme og fritidsbaserte aktiviteter. Det blir av flere argumentert for at hvor vellykket et sted er, i form av å være både et godt samfunn å bo i og et godt sted å besøke, avhenger av forhandlingsprosessen mellom systemene som utgjør konsum og produksjon; hvordan brukes stedet og hvordan forvaltes og gjøres verdiskapingen (Williams og McIntyre, 2012). Dette er et tema som helt tydelig engasjerer samtlige informanter og gjenspeiler måten de opererer på. Informantene er personlig engasjert i å bygge opp positive miljø rundt utøvelsen av de ulike aktivitetene. For flere oppleves det som en utfordring å prioritere mellom jobb og fritid. På den ene siden er flere informanter innforstått med hvor hektisk det er på høgsesongen, som er bra for business, men innebærer liten egentid. På den annen side er det noen som uttrykker at det ikke er blitt helt som forventet, og at de kan kjenne på at kun ”den kjipe sesongen” er til overs til eget bruk.

Avslutningsvis ønsker jeg å gå tilbake til figuren som ble presentert i forbindelse med oppsummeringen av oppgavens teoretiske del. Figuren illustrerer bredden i livsstilsflytting, som også omfatter mer midlertidig flytting i form av ferie, jobbreiser og sesongarbeid. Den synliggjør og nyanserer koblingen mellom valg av bosted og forhold til sted i forbindelse med

ferie og fritid. I denne modellen har jeg merket med røde piler veien jeg ser informantene i denne oppgaven følger.



FIGUR 5 FORHOLDET MELLOM SESONGARBEID, FERIE, OG PERMANENT BOLIG. (BASERT PÅ WILLIAMS OG MCINTYRE, 2012:218)

10. Avslutning

I den avsluttende delen av oppgaven vil jeg samle noen tråder fra analysen sett i lys av teorien. Tilslutt beskrives noen anbefalinger til det som kan være spennende tema for videre studier.

Mer kunnskap om koblingen mellom et sted som reisemål og som bosted har vært motivasjonen for valg av tema til masteroppgaven. Hvordan kan man utvikle et sted på en god måte som gjør det attraktivt som bosted, for virksomheter, og for besøkende som gjerne blir stedets ambassadører utad? Det er et komplekst spørsmål, og i denne oppgaven har jeg fokusert på et fenomen som utgjør en liten, men relevant brikke i forståelsen av endringer i motiv ved valg av bosted. Oppgavens problemstilling er: ”hvordan kan livsstil brukes for å forstå og forklare valg av bosted og arbeid?”. Livsstilsflytting er valgt som hovedbegrep, og livsstilsentreprenørskap er sett på som en mekanisme som synliggjør livsstilsflytting.

Livsstilsflytting er et begrep som lett knyttes til selvrealiserende prosjekter av svevende art og diffuse klisjéfylte antakelser, slik i alle fall jeg har opplevd reaksjoner i løpet av prosessen med denne oppgaven. Teorien i oppgaven baserer seg primært på internasjonale studier og litteratur der begrepet ”lifestyle migration” brukes. Mengden litteratur og antall studier innen feltet har økt mye, særlig de siste ti årene. Livsstilsflytting anerkjennes også mer og mer som en synliggjøring av nye typer flyttemotiv.

Første del av prosessen med masteroppgaven har vært å gå igjennom teori om livsstilsflytting. Gjennom blant annet å delta på en internasjonal fagkonferanse om livsstilsflytting fikk jeg inntrykk av at det er et relativt ungt fenomen i vitenskapelig forstand. En teoretisk gjennomgang har vært viktig for å få en forståelse av hvordan det kan være hensiktsmessig å studere livsstilsflytting i norsk sammenheng. Metoden baserer seg på en casestudie av syv aktører i Lofoten. Informantene har bosatt seg i Lofoten, både som tilbakeflyttere og tilflyttere. Felles for dem er at alle har et kjært forhold til naturbaserte aktiviteter; eksempelvis innen klatring, skikjøring, surfing, kajakkpadling og sykling. Motivasjon for å bosette seg i Lofoten henger nært sammen med muligheten for fritidsaktivitet, og for flere har det som i utgangspunktet var en hobby blitt til levebrød. Samtlige har startet egen virksomhet, der

opplevelser i naturen står i fokus. Både besøkende og fastboende er viktige markeder, og aktørene representerer på den måten en kobling mellom bruk av et sted som arena for fritidsbaserte aktiviteter, og som arbeidsplass.

Fokuset på vertskapssamfunnet går ikke lengre tilbake enn til tidlig på 1970-tallet da antropologer og sosiologer begynte å anerkjenne turisme som samfunnsvitenskapelig studieobjekt. Siden da har mange av studiene dreid seg om turismens konsekvenser for lokalsamfunnet. Positive koblinger og synergieffekter ved å tenke tverrfaglig innen stedsutvikling er relativt nytt. Egenskaper ved steder både som bosted og som besøksmål har fått stadig større teoretisk oppmerksomhet (Aure m.fl. 2011). Flere studier antyder at turisme og valg av bosted langt på vei styres av liknende mekanismer i dagens samfunn (ibid).

Oppgaven har langt på vei tatt utgangspunkt i poeng fra analysearbeid i forbindelse med landsomfattende bo- og flyttemotivsundersøkelsen fra NIBR (2008). Sammenlignet med sist en tilsvarende undersøkelse ble gjennomført, som var i 1972, ser man en tydelig endring i rammebetingelser for valg av bosted. Motiv knyttet til arbeid og bolig er tradisjonelt knyttet til materiell trygghet. Fra å være et mål i seg selv viser analyser av undersøkelsen at valg av bosted for flere i dag snarere er et middel for å oppnå noe mer (Sørli m.fl. 2012). Sitat fra en artikkel i forbindelse med NIBR analysen illustrerer noe av det jeg har ønsket å belyse nærmere med denne masteroppgaven:

“Nye mål har oppstått som følge av dette, med bestrebelser på å oppnå «det gode liv», få økt «bolyst» og finne «det gode sted». Gjennom å lete etter koblinger mellom livskvalitet, steds kvalitet, livskraft og stedsattraktivitet, og forsøke å identifisere og analysere ulike elementer i «jakten på lykken», har også regionalforskningen fått nye utfordringer” (Almås m.fl., 2008 i Aure m.fl., 2011:47)

Økt velstand og økt valgfrihet er blant premissene som fremheves som sentrale i det som kan forstås som en strukturendring i holdning og motiv knyttet til valg av bosted (Aure m.fl. 2011). Meningsaspektet ved flytting og bofasthet er blitt viktig på nye måter. Velstand og valgfrihet er også parameter som i litteratur om livsstilsflytting antydes å være sentrale. Velstand er i denne oppgaven forstått på overordnet samfunnsmessig nivå, og i norsk

sammenheng forbundet med velferdssamfunnet og mulighetsrommet som skapes for den enkelte. På individnivå er personlige ressurser som erfaring, kompetanse og sosiale relasjoner sett på som aktuelle premisser, snarere enn økonomisk velstand som sådan.

Intervjuenes åpne og ustrukturerte form har med hensikt gitt rom for hva informanten selv har valgt å legge vekt på når de ble bedt om å fortelle hvordan og hvorfor det ble Lofoten de bosatte seg. Slik jeg ser det har oppgaven på mange måter endt opp med å underbygge det jeg har funnet av litteratur innen livsstilsflytting. Gjennom intervjuene har jeg ikke fått noen store overraskelser, annet enn i hvor stor grad informantenes fortellinger passer inn i teori om livsstilsflytting og egenskaper ved entreprenørskap karakterisert som livsstilsentreprenørskap.

Jeg påstår at vi gjennom intervjuene har fått flere eksempler på aktører som representerer konkrete egenskaper ved livsstilsflytting, slik det er forstått i litteraturen. Samtlige fortellinger synliggjør informantenes tilknytning til Lofoten, først og fremst som utøvere av naturbaserte aktiviteter. Dette har i sin tur for flere ført til sesongarbeid og ulike oppdrag som guide eller annen jobb. I dag har samtlige endt opp med egen virksomhet, bolig. Kjøp av eiendom uttrykkes som viktig for et langtidsperspektiv når det gjelder å bo i Lofoten.

På mange måter bygger aktørene opp under både mål i kommunenes planstrategier, og destinasjonsselskapenes ambisjoner. De skaper verdier gjennom formidling av kultur og bruk av natur, de er engasjert i lokale initiativ som klatreklubber, svømmehaller, tilbud for lokale og engasjement i næringsforum. De har lojale kunder, og vekst i drift. De samarbeider med andre reiselivsaktører og har et nettverk av guider og kunder som er spredt over hele verden. I tillegg til et bredt nettverk bringer de også med seg bred og omfattende kompetanse og kunnskap, både i form av tidligere karrierer og utdannelse og måten de fleste har blitt lommekjent i omgivelsene på. Allikevel opplever flere at det enda er et stykke igjen før de anerkjennes som seriøse næringsaktører. På mange måter virker det som de enda representerer en ny måte å bruke naturen på. Flere hevder behandlingsprosesser på offentlig nivå gjøres på en måte som er til hinder for utvikling av virksomheten, og at det går på bekostning av motivasjon for å drive virksomhet. De opplever at lokale innbyggere, spesielt innenfor tradisjonelle næringer som fiske, ser på det de driver med som en lek.

En tverrfaglig tilnærming til stedsutvikling og planlegging gir rom for å forstå ulike interesser på tvers av sektorer, fagfelt og yrkesgrupper. Noe av målet med denne studien har vært å synliggjøre hvordan strukturelle endringer i form av eksempelvis nedgang i primærnæringene og fremvekst av opplevelsesøkonomien må tas med i betraktning på overordnet nivå, for å forstå endringer i folks handlinger og holdninger på individuelt nivå. Samfunnsendringer skjer i raskt tempo, og mobilitet slik det er redegjort for i oppgaven, øker kontakten mellom mennesker og steder. Det er dermed kanskje viktigere enn noen gang før med god tverrfaglig planlegging som forvalter lokale verdier i et langsiktig perspektiv, samtidig som nye impulser fanges opp og bidrar til utvikling.

10.1. Forslag til videre studier

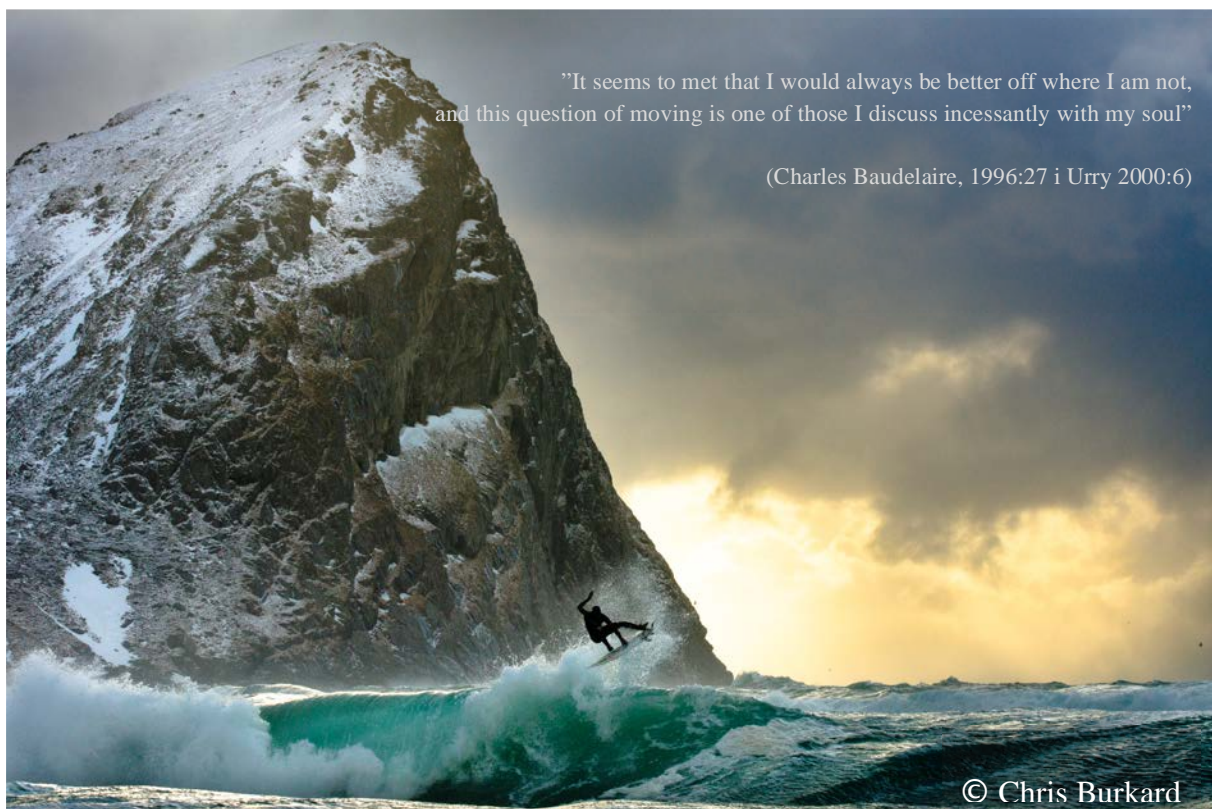
Det er flere tema som kun er omtalt på et relativt overordnet nivå i oppgaven. Flere av disse egner seg for mer dyptgående studium. Skjæringspunktet mellom konsum og produksjon er antydnet som et relevant tema å gå mer i dybden på. I oppgaven er det blant annet antydnet hvordan en endring i dette forhold påvirkes av endringer i næringsstruktur, spesielt med tanke på overgang fra primærnæring til opplevelsesøkonomi.

I denne oppgaven er det ingen fra offentlig hold som er intervjuet. Kommunale planer og hvordan de forholder seg til livsstilsflytting og utvikling av regionen er spennende for å få et mer nyansert bilde temaet. Hva legger kommunen i potensialet som beskrives av aktørene, og hvilken utfordringer og muligheter ser de med tanke på tilgjengelige planverktøy og strategier?

Flere av informantene har også antydnet at det er en stor andel mennesker som flytter til regionen på grunn av muligheten for naturbaserte aktiviteter, men som ikke starter virksomhet selv, eller som er selvstendig næringsdrivende innen andre yrker. Disse blir blant annet omtalt som ”weekend warriors”. De jobber mandag til fredag, og bruker det de har av fritid til å stå på ski, surfe eller andre aktiviteter. En mer kvantitativ studie av omfanget på de som har flyttet til Lofoten på grunn av fritidsmulighetene hadde vært nyttig for å få innsikt i hvem dette dreier seg om, både demografisk og hva slags kompetanse de bringer med seg til regionen.

Hva innebærer det når lek blir næring? En nærmere studie av livsstilsentreprenørens betydning i lokalsamfunnet hadde også gitt en nyttig dimensjon, for å forstå omfanget av verdiskaping. Det blir i flere studier antydnet mangelfull kunnskap om dette forholdet. Her ser jeg det som spesielt nyttig med en tilnærming innenfor en modell som bruker ”den brede verdiskaping” som utgangspunkt. På den måten tas det stilling til både sosiale, økonomiske og kulturelle aspekt.

Forholdet mellom jobb og fritid innebære et konfliktpotensial for flere informanter. For noen beskrives det som at jobben går på kompromiss med eget ønske å være på tur men at de i neste omgang minner seg selv på hvorfor de har valgt som de har gjort og at de føler seg privilegerte som får jobbe slik de gjør. Her ligger, mener jeg, et spennende skjæringsfelt som er relevant for videre studier.



Litteraturliste

Aftenposten. (2011, Juni 6). *Han surfer etter jobb hver dag*. Hentet november 23, 2013 fra Aftenposten: <http://www.aftenposten.no/jobb/article4139786.ece>

Antonsen, K. M. (2011). *Å Velge Bosted i Lofoten*. NTNU Trondheim, Fakultet for Samfunnsvitenskap og Teknologiledelse. Trondheim: Geografisk Institutt.

Ateljevic, I. (2000). Circuits of Tourism: Stepping Beyond the Production/Consumption Dichotomy. *Tourism Geographies* , 2 (4), 369-388.

Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). Staying Within the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism* , 8 (5), 378-392.

Aure, M., Langset, B., & Sørli, K. (2011, 05). *Flyttemotiver og Bostedsvalg*. Hentet 12 05, 2013 fra Idunn.no - tidsskrifter på nett: <http://www.idunn.no/ts/plan/2011/05/art01>

Benson. (2011). The Movement Beyond (lifestyle) Migration: Nobile Practices and the Constitution of a Better Way of Life. *Mobilities* , 6 (2), 221-235.

Benson, M., & O'Reilly, K. (2009). Migration and the Search for a Better Way of Life: a Critical Exploration of Lifestyle Migration. *The Sociological Review* , 57 (4), 608-625.

Bredvoll, R. (2011). *Entreprenørers Fortellinger*. Karlstad: Karlstad Universitet. (phd)

Castells, M. (1996). *The rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. Wiley.

Castles, S., Miller, M., & Ammendola, G. (2005). The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World. *The Journal of the National committee on American Foreign Policy* , 27 (6), 537-542.

Claire, L. (2012). Re-Storying the Entrepreneurial Ideal: Lifestyle Entrepreneurs as Hero? *Tamara Journal for Critical Organization Inquiry* , 10 (1), 31-39.

Cresswell, T. (2009). Place. I N. Thrift, & R. Kitchen (Red.), *International Encyclopedia of Human Geography* (Vol. 8, ss. 169-177). Oxford: Elsevier.

Destinasjon Lofoten. (2006). *Lofoten som Reiselsmål mot 2015 - en Masterplan for Arbeidet med Reiselmåsutvikling i Lofoten*. Lofoten: Destinasjon Lofoten, Lofotrådet.

Dewhurst, O., & Horobin, H. (1998). Small Business Owners. I Rhodri, T. (Red.), *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms* (ss. 19-38). London: Cassell.

Eikrem, A. M. (2013). *Nature-Based Tourism as a Tool for Rural Development in Norway*. Ås: Universitetet for Miljø og Biovitenskap.

Elgersma, A. (1998). *Landskapstyper i Lofoten og Vesterålen*. NIJOS dokument 5, Norsk Institutt for Jord- og Skogkartlegging, Seksjon for landskap, Ås.

Elliot, A., & Urry, J. (2010). *Mobile Lives*. London: Routledge.

Everett, E. L., & Furseth, I. (2012). *Masteroppgaven. Hvordan begynne hvordan fullføre*. (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.

Fossland, T. M. (2013). Å komme til et sted. I Førde, A., Kramvig, B., Gunnerud, N. & Dale, B. (Red) *Å finne sted* (ss. 107-122). Trondheim: Akademika Forlag.

Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basis Books.

Getz, D., & Carlsen, J. (2005). Family Business in Tourism: State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 237-258.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in Late Modern Age*. Oxford: Stanford University Press California.

Gieryn, T. F. (2000). A Space for Place in Sociology. *Annual Review of Sociology*, 463-496.

Gjerde, A. S. (2013, 11 11). *Studenter Flytter til Norge på Grunn av Naturen*. Hentet november 23, 2013 fra Dagens Næringsliv: <http://www.dn.no/talent/article2722230>

Granovetter. (1983). The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited. *Sociological Theory* , 1, 201-233.

Gullestad, M. (1989). *Kultur og Hverdagsliv* . Oslo: Universitetsforlaget AS.

Gustafson, P. (2006). Place Attachment and Mobility. I McIntyre, N. ,Williams, D.R & McHugh K.E. (Red.), *Multiple Dwelling and Tourism. Negotiating place, home and identity.* (ss. 17-33). CABI Publishing.

Halseth, G. (1999). We Came for Work. Situating Employment Migration in BC`s Small, Resource-Based,Communities . *The Canadian Geographer* , 363-381.

Hoey, B. A. (2005). From Pi to Pie: Moral Narratives of Noneconomic Migration and Starting over in the Postindustrial Midwest. *Journal of Contemporary Ethnography* , 24 (3), 586-624.

Hollick, M., & Braun, P. (2005). Lifestyle Entrepreneurship: The Unusual Nature of the Tourism Entrepreneurs. *Proceeding of the Second Annual AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, 10-11.

Holliday, A. (2007). *Doing and Writing Qualitative Research*. Sage.

Janouschka, M. (2010). Between Mobility and Mobilization - Lifestyle Migration and the Practice of European Identity in Political Struggels. *The Sociological Review*, 58 (2), 270-290.

Janouschka, M., & Haas, H. (2014). *Contested Spatialities, Lifestyle Migration and Residential Tourism*. Oxon: Routledge.

Jensen, M. (2007). Defining Lifestyle. *Environmental Sciences*, 4 (2), 63-73.

Kobro, L. U., Vareide, K., & Jervan, B. (2013). *Duett eller Duell? Reiseliv og Lokalsamfunnsutvikling*. Bø: Telemarksforskning.

Kvale, S., & Brinkman, S. (2009). *Det Kvalitative Forskningsintervju* (2. utg.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Lian, J. I., Thune-Larsen, H., & Draagen, L. (2011). *Forlengelse av Rullebaner i Lofoten*. Oslo: Transportøkonomisk Institutt (TØI).

Lofotportalen. (2013). *Om Lofoten*. Hentet desember 04, 2013 fra Lofotportalen: <http://www.lofotportalen.no/PortalPublisher/showpage.jsp?page=c373e91e3c453ad73a3500110a301467&structureid=c373e91e3c4248e8110e00110a301467&structureitem=c373e91e3c429de8122900110a301467>

MacCannel, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology* , 79 (3), 589-603.

Massey, D. (1995). The Conceptualization of Place. I Massey, D. & Jess, P. *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*. Oxford: Oxford University Press.

Massey, D. (1991). A Global Sence of Place. *Marxism Today* , 35 (6), 24-29.

McIntyre, N. (2011). Mobilities, Lifestyles and Imagined Worlds. *McIntyre_Draft_* , 1-24.

McIntyre, N. (2009). Re-Thinking Amenity Migration: Integrating Mobility, Lifestyle and Social-Ecological Systems. *Die Erde* , 140 (3), 229-250.

Mehmetoglu, M. (2004). *Kvalitativ Metode for Merkantile Fag*. Bergen, Norge: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Merriam, S. B. (1988). *Case Study Research in Education: A Qualitative Approach*. Jossey-Bass.

Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2. utg.). London: Sage Publications.

Munkejord, M. C. (2011). *Hjemme i Nord*. Stamsund: Orkana Akademisk.

NIBR. (2008). *Bo- og Flyttebotivundersøkelsen 2008. Prosjektnummer: 2761*. Hentet fra Norsk Institutt for By- og Regionforskning: www.nibr.no/prosjekt/113

Norges Geologiske Undersøkelse (NGU). (2008, januar 15). *Bergarter i Lofoten*. Hentet desember 04, 2013 fra Norges Geologiske Undersøkelse: <http://www.ngu.no/no/tm/Vare-tjenester/Spor-en-geolog/Tidligere-stilte-sporsmal/Bergarter-i-Lofoten/>

Norges Offentlige Utredninger (NOU). (2011:3). *Kompetansearbeidsplasser- Drivkraft for Vekst i Hele Landet*. Avgitt til Kommunal- og Regionaldepartementet. Oslo: Departementenes servicesenter. Informasjonsforvaltning.

Norges Offentlige Utredninger (NOU). (2004:19). *Livskraftige Distrikter og Regioner. Rammer for en helhetlig og geografisk tilpasset politikk*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste Informasjonsforvaltning.

Pedersen, A. J. (2012). *Opplevelsesøkonomi. Kunsten å Designe Opplevelser*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Peters, M., Frehse, J., & Buhalis, D. (2009). The Importance of Lifestyle Entrepreneurship: A Conceptual Study of the Tourism Industry. *Pasos* , 7 (2), 393-405.

Pine, J. B., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard University Press.

Røe, P. G., & Vestby, M. (2013). Sosiokulturelle Stedsanalyser: Teorigrunnlag og Metodologi. I A. Førde, B. Kramvik, N. Gunnerud, & B. Dale (Red.), *Å Finne Sted* (ss. 42-58). Oslo: Akademika Forlag.

Ringdal, K. (2001). *Enhet og Mangfold. Samfunnsvitenskapelig Forskning og Kvantitativ Metode* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Russel, R., & Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, Chaos and the Tourism Area Lifecycle. *Annals of Tourism Research* , 31 (2), 556-579.

Sande, A. (2013). *Slaget om Lofoten. Olje eller Verdensarv?* Oslo: Akademika forlag.

Sørli, K., Aure, M., & Langset, B. (2012). *Hvorfor flytte? Hvorfor bli boende? Bo- og flyttemotiver de første årene på 2000-tallet*. Oslo: Norsk Institutt for by- og regionforskning.

Scannel, L., & Gifford, R. (2010). Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework. *Journal of Environmental Psychology* , 30 (1), 1-10.

Scheiner, J., & Kasper, B. (2003). Lifestyle, Choice of Housing Location and Daily Mobility: the Lifestyle Approach in the Context of Spatial Mobility and Planning. *International Science Journal* , 55 (176), 319-332.

Shaw, G. (2004). Entrepreneurial Cultures and Small Business Enterprises in Tourism. I Lew, A.C., Hall, M.C. & Williams, A. M. (Red.), *A Companion to Tourism* (ss. 122-134). Oxford: Blackwell Publishing.

Shaw, G., & Williams, A. M. (2004). From Lifestyle Consumption to Lifestyle Production: Changing Patterns of Tourism Entrepreneurship . I Thomas R. (Red.), *Small Firms in Tourism. International Perspectives* (ss. 99-113). Oxford: Elsevier.

Silverman, D. (2011). *Interpreting Qualitative Data* (4. utg.). London: Sage Publications.

Snepenger, D., Johnson, J., & Rasker, R. (1995). Travel-Stimulated Entrepreneurial Migration. *Journal of Travel Research* , 34 (1), 40-44.

SNL. (Store Norske Leksikon). <http://snl.no/Norge>. (Produsent) Hentet oktober 15, 2013 fra Norge: <http://snl.no/Norge>

SSB. (2013, 8 13). *Arbeidskraftundersøkinga, sesongjusterte månedsvise tal, juni 2013*. Hentet oktober 15, 2013 fra Arbeid og Lønn: <http://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/akumnd/maaned/2013-08-30#content>

SSB. (2014). *Folkemengde*. Hentet mai 04, 2014 fra Statistisk Sentralbyrå. Statistikkbanken: <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=folkemengde&CMSSubjectArea=befolkning&checked=true>

Stone, I., & Stubbs, C. (2007). Enterprising Expatriates: Lifestyle Migration and Entrepreneurship in Rural Southern France. *Entrepreneurship and Regional Development* , 19 (5), 433-450.

Thagaard, T. (2006). *Systematikk og Innlevelse: En Innføring i Kvalitativ Metode* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Thagaard, T. (2009). *Systematikk og Innlevelse. En Innføring i Kvalitativ Metode* (3. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Torkington, K. (2010). Defining Lifestyle Migration. *Dos Algarves* , 19, 99-111.

Torkington, K. (2012). Place and Lifestyle Migration: The Discursive Construction of Glocal Place-Identity. *Mobilities* , 7 (1), 71-92.

Turftin, P. A. (2012, Mars 27). *Sikkerhet i Norsk natur*. Hentet Mai 10, 2013 fra Innovasjon Norge, Per Arne Tuftin. En Blogg for Globale Ideer og Lokale Muligheter:
<http://perarnetuftin.wordpress.com/2012/03/27/sikkerhet-i-norsk-natur/>

UNESCO. (2013). *The Lofoten Island, Description*. Hentet desember 05, 2013 fra United Nations Educational Scientific and Cultural Organization:
<http://www.lofotportalen.no/PortalPublisher/showpage.jsp?page=c373e91e3c453ad73a3500110a301467&structureid=c373e91e3c4248e8110e00110a301467&structureitem=c373e91e3c429de8122900110a301467>

Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

Urry, J. (2000). *Sociology and Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*. London: Routledge.

Uysal, M., Perdue, R. R., & Sirgy, J. M. (2012). *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research. Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities*. Doordrecht: Springer.

Vareide, K. (2008). *Benchmarking av Næringsutvikling og Attraktivitet i Lofoten*. Bø: Telemarksforskning.

Vareide, K. (2009). *Reiselivet i Lofoten. Statistikk over Utvikling av Antall Arbeidsplasser*. Bø: Telemarksforskning.

Veal, A. J. (2001). Leisure, culture and Lifestyle. *Society and Leisure* , 24 (2), 356-376.

Veal, A. J. (2000). *Lifestyle and Leisure. A Review and Annotated Bibliography*. Hentet desember 27 fra School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney, On-line Bibliography 8: www.business.uts.edu.au/leisure/research/bibs.html

Viken, A. (2009, 05 20). *Den store image-strabasen*. Hentet november 25, 2014 fra Bergens Tidene Kronikk: <http://www.bt.no/meninger/kronikk/Den-store-image-strabasen1923745.html#.U4mHVhsrgps>

Walmsley, D. (2003). Rural Tourism: a Case of Lifestyle- Led Opportunities. *Australian Geographer* , 34 (1), 61-72.

Williams, A. M., & Hall, M. C. (2000). Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption. *Tourism Geographies* , 2 (1), 5-27.

Williams, D. R., & McIntyre, N. (2012). Place, Affinities, Lifestyle Mobilities, and Quality-of-Life. I Uysal, M., Perdue, R. R. & Sirgy J. M. (Red.), *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research. Enhancing the Lives of Tourists and Residents og Host Communities* (ss. 209-231). Dordrecht: Springer.

Williams, D., & McIntyre, N. (2001). Where Heart and Home Reside: Changing Construction of Place and Identity. I Luft, K. & McDonald, S. (Red.), *Trends 2000: Shaping the Future (Fifth Outdoor Recreation and Trends symposium* (ss. 392-403). Lansing: Michigan State University. Department of Park, Recreation and Trends Symposium.

World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Tourism Highlights, 2013 Edition*. Hentet januar 6, 2014 fra UNWTO Tourism Trends and Marketing Strategies: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research. Design and Methods* (Vol. 4). London: Sage Publications.

Åkerlund, U. (2013). *The Best of Both Worlds. Aspirations, Drivers and Practices of Swedish Lifestyle Movers in Malta*. Department of Geography and Economic History. Umeå: Umeå Universitet.

Vedlegg 1: Karakteristikk av Lofoten som caseregion

I dette vedlegget gis det en karakteristikk av Lofoten som region. Det vil bli gitt en relativt kort beskrivelse av regionen med fokus på å skissere sysselsetting, befolkningsutvikling og næringsstruktur, særlig med vekt på turismens betydning. Det vil også gis en kort karakteristikk av naturen og landskapet i Lofoten.

Geografi

Fra Raftsundet i nordøst til Skomvær i sørvest strekker Lofoten seg over hele 190 km gjennom Nordland Fylke. Regionen består av de seks kommunene: Vågan, Vestvågøy, Flakstad, Moskenes, Værøy og Røst. I masteroppgaven blir vi kjent med aktører registrert i kommunene Moskenes, Vestvågøy, og Vågan. Som tilflyttere, og som aktører innen naturbasert reiseliv er det først og fremst Lofoten som region de forholder seg til i sin produktportefølje. Flere av aktørene har etablert



bedriftssamarbeid på tvers av kommunegrensene.

FIGUR 6 ILLUSTRASJON AV KOMMUNENE I LOFOTEN. (KILDE WWW.BOILOFOTEN.NO)

Landskap og bebyggelse

Landskapet i Lofoten er spesielt på mange måter. Lofoten har på linje med Vesterålen et av landskapene i Norge som i størst grad har tydelige trekk fra ulike tidsepoker i jordens historie (Elgersma, 1998). Kontrastene i landskapet er store. Her fins bratte fjell som stuper rett i havet, hvite strender og frodige daler har bidratt til å bygge imaget Lofoten har som feriemål og arena for naturbaserte aktiviteter, både på land og i vann. En markedsanalyse som ble gjennomført i forbindelse med Masterplanen for reiselivet i Lofoten (2006) viste at det først og fremst var "fiskeri" og "vakker natur" respondentene assosierte med Lofoten (Aniara

Markedsanalyse, 2005 i Masterplan for Lofoten 2006:13). Det som ble fremhevet i den samme undersøkelsen var at Lofoten hadde et sterkt image, i den forstand at over 98% av respondentene hadde en eller flere assosiasjoner til Lofoten.

Sammenhengen mellom naturkvalitetene og den levende kulturhistorien i regionen har også vært sentral for at Lofoten nå står på UNESCO sin tentative liste for verdens natur- og kulturarv. Geologisk sett preges Lofoten av et overveiende ungt landskap med strandflater, fjorder og botndannelser (Elgersma, 1998). Mange av fjellene derimot er preget av noen av Norges eldste bergarter og bergdannelser (Norges Geologiske Undersøkelse, NGU). Nærheten til havet har satt sitt preg på bebyggelsen i form av de mange fiskevær; Røstlandet i vest som er kjent for sine sjøfuglkolonier, Reine som er knyttet sammen med sine små broer, Henningsvær og Kabelvåg i øst. Alle utgjør disse små stedene karakteristiske fiskevær, som enda i dag er levende samfunn. I Vestvågøy finner man et landskap som er preget av et mer eller mindre sammenhengende jordbruksland, og landbruksbebyggelsen ligger jevnt fordelt i landskapet (Elgersma, 1998). I Vågan finner man i dag den største byen befolkningsmessig, Svolvær, med sitt urbane preg. Ikke langt fra Svolvær ligger sjarmerende Kabelvåg, som i sin tid utgjorde beliggenheten for Nordkalottens eneste bydannelse i mellomalderen, Vågar (Lofotportalen, 2013).

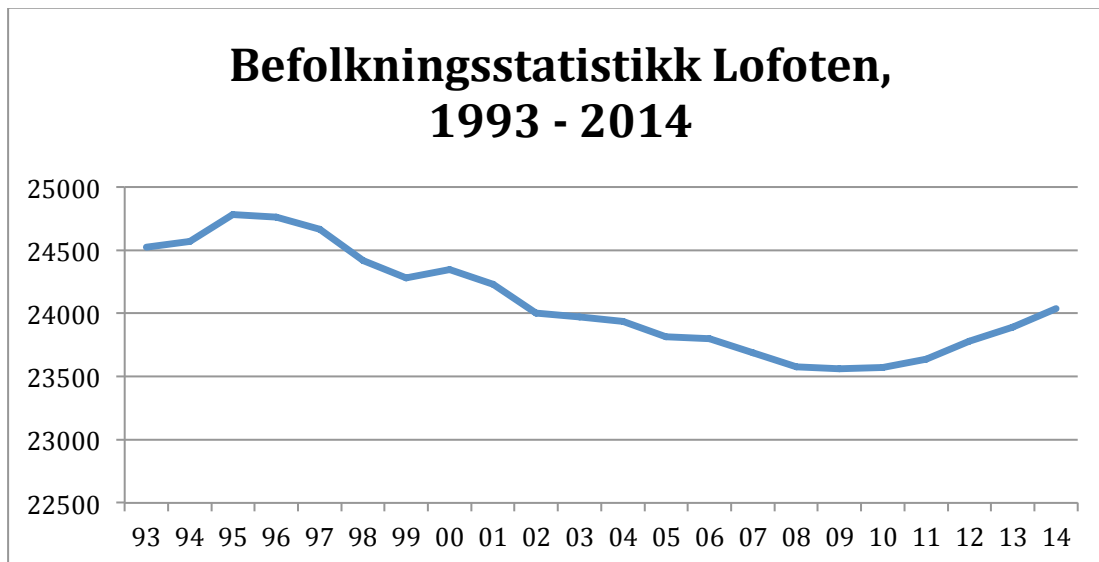
Befolkningsutvikling

I dagens Lofoten bor det i overkant av 24 000 personer (SSB). Befolkningstallet fordeler seg som vist i figur 7. Ved hjelp av grafer vil jeg kort illustrere noen generelle utviklingstrekk i befolkningsutviklingen i Lofoten. I tillegg vil jeg nyansere disse litt ved å gå inn på befolkningstallet delt inn i netto innflyttinger sett i forhold til netto utflyttinger, og jevne ut for fødselsoverskudd for å få et bilde av filflyttingsutviklingen i Lofoten.

Kommune	År 2014*
Røst	566
Værøy	777
Moskenes	1108
Flakstad	1368
Vestvågøy	10997
Vågan	9223
Samlet befolkning	24039

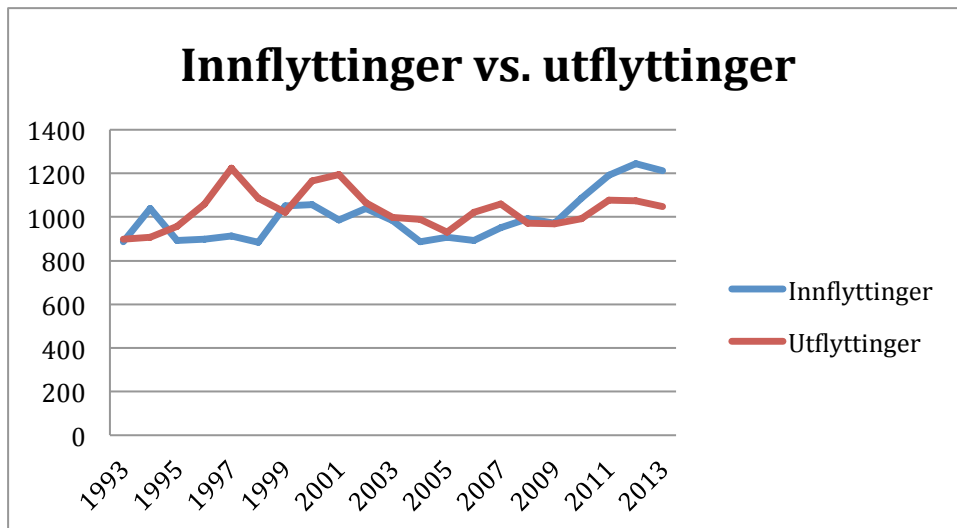
FIGUR 7 BEFOLKNINGSTALL FOR KOMMUNENE I LOFOTEN (KILDE: SSB, PER 1. JANUAR 2014)

Utviklingen i befolkningen i regionen som helhet har vært relativt lineær de siste ti årene, med noe stagnasjon og nedgang spesielt utover nitti-tallet. Fra 2008 viser tall fra SSB en oppsving i folketallet.



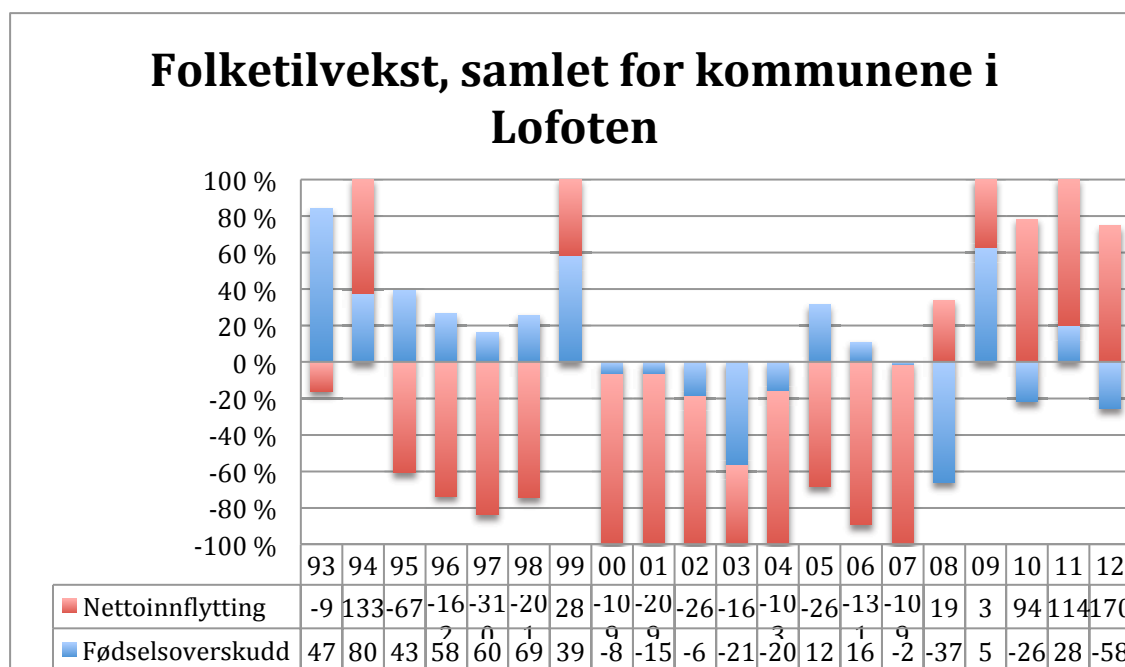
FIGUR 8 BEFOLKNINGSSTATISTIKK FOR LOFOTEN I PERIODEN 1993 - 2014 (KILDE SSB)

En nærmere titt på tall knyttet til innflytting, utflytting og fødselsoverskudd gir et inntrykk av hvilke forhold som påvirker befolkningsutviklingen. Tall av innflyttinger sett i forhold til antall utflyttinger illustrerer nedgangen på 90-tallet. Først på midten av 2000-tallet skjer det en endring i flyttemønsteret, med en oppgang av antall innflyttere.



FIGUR 9 DIAGRAM AV INNFLYTTERE VS UTFLYTTERE I LOFOTEN 1993 - 2013 (KILDE: SSB)

For å få et bilde av folketilveksten og hva som påvirker den har jeg sett nærmere på hvor stor prosentandel av tilveksten som kan forklares av fødselsoverskudd og hvor stor prosentandel som har med tilflytting å gjøre. Tekstene under grafen illustrerer nettoinnflytting (antall innflyttere minus antall utflyttere) og fødselsoverskudd (antall nyfødte minus antall dødsfall) målt i antall personer i perioden 1993 – 2012. Figuren illustrerer at det er relativt stor variasjon fra år til år hvorvidt fødselsoverskudd eller nettoinnflytting påvirker folkeveksten. Først og fremst er det summen av nettoinnflytting som er utslagsgivende for befolkningstallet.



FIGUR 10 FOLKETILVEKST, SAMLET FOR KOMMUNENE I LOFOTEN (KILDE: SSB)

Det som blir tydelig i forrige figur er at det særlig fra begynnelsen av nitti-tallet skjer en negativ trend i nettoinnflytting, som samlet sett preger nedgangen i befolkningen. Også fødselsoverskuddet bidrar til videre nedgang utover 2000-tallet. Fra 2008 skjer det en endring, der først og fremst økt tilflytting skaper en positiv vekst i befolkningstallet.

Endring i næringsstruktur

Felles for kommunene er betydningen fiskeri har hatt for bosettingsmønster og økonomisk vekst i regionen. Med over tusen års dokumentert fiskerihistorie er Lofotfiske å regne som verdens eldste kommersielle fiske (Sande, Slaget om Lofoten. Olje eller Verdensarv? , 2013). Ikke bare i Lofoten-sammenheng har fisken hatt betydning for bosetting, men gjennom internasjonal handel med tørrfisk har steder som Bergen og Brügge i Belgia blitt utviklet. Den innholdsrike kulturhistorien knyttet til handel, bosetting og bruk av naturen og naturens karakteristikk var grunnlaget for at Miljøverndepartementet i 2005 satte i gang en utredningsprosess for å innlemme Lofoten på UNESCO sin liste for natur- og kulturarv basert på henvendelse til UNESCO der Lofoten i 2002 oppfylte fire kriteriene for å nomineres innenfor kategorien ”mixed site” (UNESCO, 2013). Steder som innlemmes på listen må oppfylle kriterier knyttet til det å representere ”eksepsjonelle universelle verdier for

menneskeheten” (UNESCO, 2014). Også jordbruk har tradisjonelt vært viktig som næringsgrunnlag i Lofoten. Noen av funnene som er med på å underbygge Lofotens lange kulturhistorie går 6000 år tilbake i tid. Det er da man antar at de første menneskene kom til Lofoten. Allerede for 4000 år siden ble det dyrket korn i Lofoten, og på Borg i Vestvågøy er det funnet tufter av et høvdingsete med den største gildehallen man kjenner fra vikingetiden i hele Norden (Lofotportalen, 2013).

I dag er det reiseliv, fiskeri og jordbruk som utgjør det viktigste næringsgrunnlaget i regionen. Først og fremst er det turisme og fiske som står for den største verdiskapingen (Lian, Thune-Larsen, og Draagen, 2011). Det totale turistkonsumet internt i Lofoten ble i 2009 beregnet til 1,2 milliarder kroner (Lian m.fl. 2011). Til sammenligning utgjorde verdien av landet fisk i Lofotkommunene vel 1 milliard kroner i 2007, men nedadgående (Lian m.fl. 2011:8).

I dag ser man en strukturendring i næringslivet i Lofoten. Studier Telemarksforskning har gjort viser at det i perioden 2000 – 2007 til sammen er mer enn 400 arbeidsplasser bare innen primærnæring og industri som er blitt borte (Vareide, 2008). Størst tall var det innenfor primærnæringene med en nedgang på 40 arbeidsplasser i året i perioden 2000 – 2007. Den samme studien viser at arbeidsplassutviklingen i kommunene i stor grad følger samme mønsteret som befolkningsutviklingen. Spesielt er det store forskjeller i utviklingen mellom de ulike bransjene som fører til strukturendringer i næringslivet i Lofoten (Vareide, 2008:9).

Tabellen i figur 11 illustrerer fordeling og utvikling i antall ansatte i alle bransjer i Lofoten, i perioden 2000-2008. Blant annet illustrerer den oppgangen i antall ansatte i offentlig sektor, og nedgangen i antall ansatte i primærnæringene som fisk (fiske og oppdrett), og landbruk. Fremdeles utgjør industri, fiske og handel flest antall arbeidsplasser, vedsiden av helse og sosial. Tabellen er lånt fra Telemarksforskning (Vareide, 2009:12).

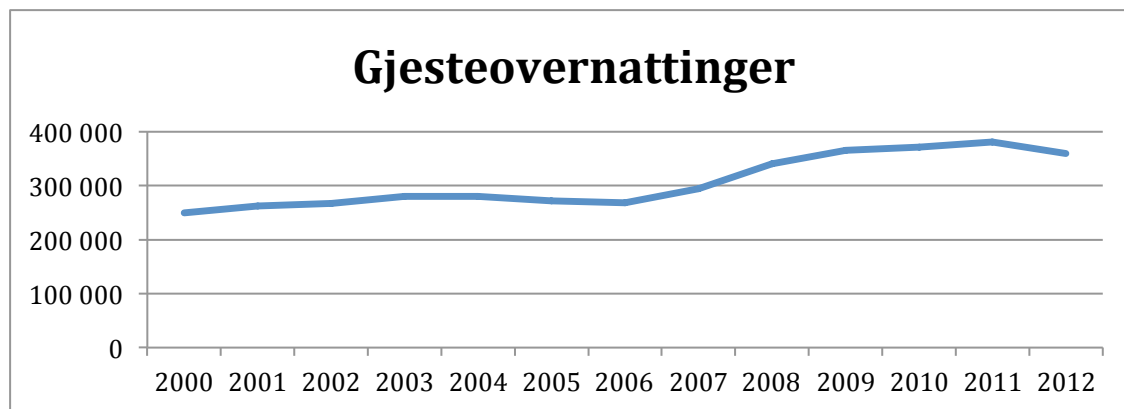
Bransje	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Helse og sosial	1900	2037	1794	1824	2021	2106	2154	2277	2313
Handel	1344	1302	1361	1336	1368	1382	1366	1435	1409
Industri	1296	1260	1202	1167	1188	1133	1154	1172	1210
Fisk	1407	1360	1301	1304	1275	1208	1214	1177	1162
Undervisning	909	917	930	1019	1004	959	936	966	961
Bygg og anlegg	691	712	775	745	717	771	820	888	943
Forr tjeneste	615	647	657	625	653	726	751	696	785
Reiseliv	467	433	456	473	487	472	491	556	592
Offentlig administrasjon	669	665	650	673	641	601	634	643	585
Transport	552	453	417	437	416	440	471	494	521
Landbruk	349	299	310	310	291	260	295	299	270
Pers tjeneste	242	254	235	229	228	223	239	240	247
Ukjent	91	83	76	71	54	79	88	79	81
SUM Lofoten	10532	10422	10164	10213	10343	10360	10613	10922	11079

FIGUR 11 SYSSELSETTING I LOFOTEN FORDELT PÅ BRANSJER (KILDE: VAREIDE, 2009:12)

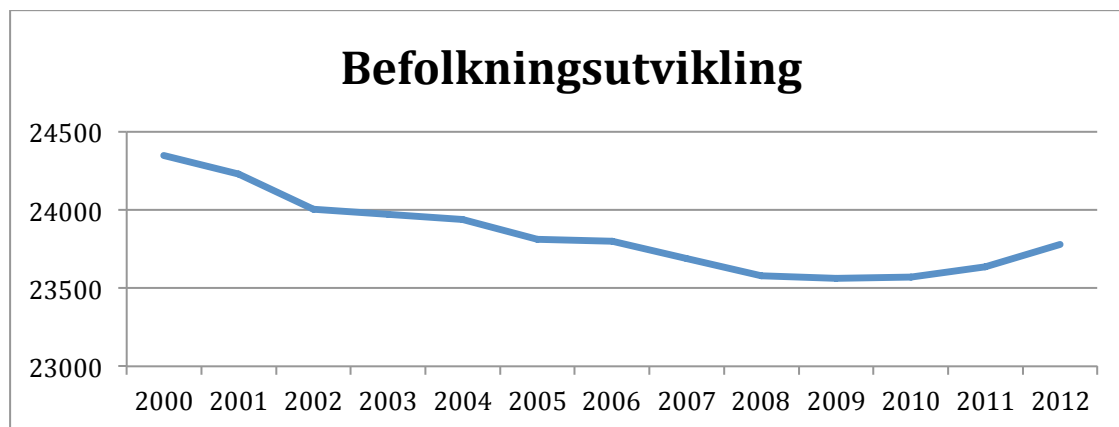
Kort om reiselivet i regionen

Reiselivet utgjør i overkant av 5% av sysselsettingen i regionen i følge disse tallene. Det er grunn til å anta at tallet er høyere, spesielt om sommeren (Vareide, 2009). Selv om det er en økning i vinterturismen skjer fremdeles opptil 70% av verdiskapingen knyttet til reiseliv i månedene juni, juli, og august (Lian, Thune-Larsen, & Draagen, 2011). Svolvær og Vågan har relativt sett størst andel turisme basert på overnattingsstatistikker, på grunn av sitt omfattende antall varme senger.

Mens vi på 102 har sett at det i Lofoten som helhet har vært en nedgang i befolkningstall har regionen opplevd en økning i antallet kommersielle gjestedøgn, som stilt ovenfor hverandre nesten er en speilvending av hverandre.



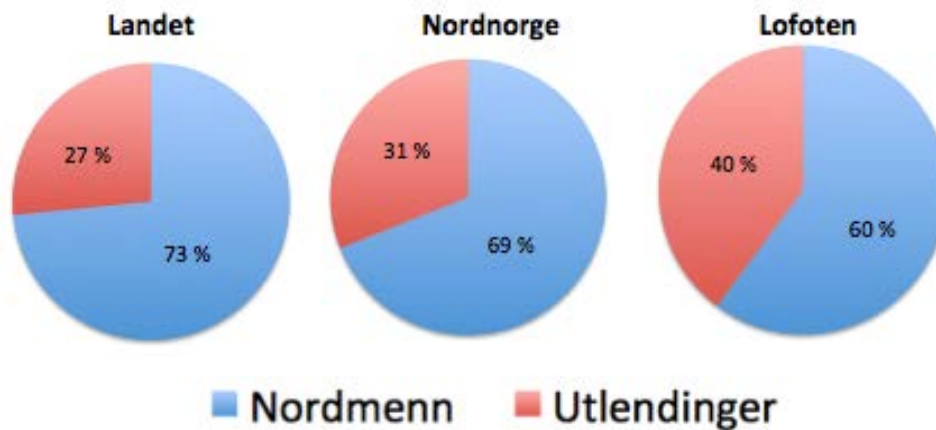
FIGUR 12 SAMLET ANTALL KOMMERSIELLE OVERNATTINGER I REGIONEN. (KILDE: STATISTIKKNETT.COM)



FIGUR 13 BEFOLKNINGSUTVIKLING I LOFOTEN, 2000-2012. (KILDE: SSB)

Uten å gå inn på en omfattende analyse, er det allikevel en interessant sammenligning i lys av videre studier om sammenhengen mellom tilflytting og turisme.

Lofoten er et populært reisemål både for nordmenn og utlendinger. Fordelingen har vært ganske jevn de siste årene, med størst økning i antall norske overnattinger. Spesielt i Svolvær har økning i antall hotellsenger og økt kurs og konferansevirksomhet sannsynligvis bidratt til å påvirke en slik oppgang (jf. blant annet åpningen av Thon Hotel Svolvær i 2009). I grafen under illustreres fordelingen av norske og utenlandske turister, som er svært jevn sammenlignet med fordelingen i landet som sådan:



FIGUR 14 NASJONALE VS. INTERNASJONALE KOMMERSIELLE OVERNATTINGSØGN I LOFOTEN (KILDE: STATISTIKKNETT.COM)

Som vi ser av illustrasjonen ovenfor er det en noe større andel internasjonale gjestedøgn i Lofoten om man sammenligner tallene med Nord-Norge og landet for øvrig. En slik fordeling er representativ også for de ti siste årene, der andelen norske og utenlandske gjestedøgn har vært nesten 50/50. En analyse av reiselivet gjort av Telemarksforskning (Vareide, 2009) kategoriserer reiselivet i tre: overnatting, servering og opplevelse, basert på nace3. Innenfor Opplevelse kommer reisebyrå,-turistkontorvirksomhet, annen underholdningsvirksomhet, sport og idrett og annen fritidsvirksomhet. Dette utgjør sammenlignet med overnatting og servering den minste kategorien i antall virksomheter. Det er allikevel den delen av reiselivet som vokser raskest. Bare i perioden 2000 til 2008 har antallet ansatte i opplevelsesbransjen blitt dobbelt så stor (Vareide, 2009). En forholdsvis sterk økning i antall etableringer innen opplevelsesbransjen er en tendens man ser i Norge for øvrig (Vareide, 2009; Eikrem 2013).

Vedlegg 2: Intervjuguide

Intervjuguiden er brukt som en veiledende støtte gjennom intervjuene, der målet har vært at samtalen først og fremst styres av informantene selv. Intervjuguiden har dermed fungert i bakgrunnen av intervjuene, og spørsmålene er ikke fulgt i numerisk rekkefølge. Skriftlig ble de formulert ganske nøyaktig, men i praksis ble de brukt på et overordnet tematisk nivå.

Informantene ble ikke tilsendt intervjuguiden på forhånd, med ble forklart hva oppgavens tema var, og oppfordret til i forkant av intervjuet å reflektere rundt noen forhold angående valg av Lofoten som bosted, og etablering av virksomhet. Intervjuene varte i mellom 50 og 90 minutter.



Litt om valg av Lofoten som bosted:

1. Fortell litt om hvor du er vokst opp, hvilke steder du har bodd og hvordan det ble til at du endte med å bo i Lofoten
2. Beskriv den aller viktigste grunnen til at du bor i akkurat Lofoten i dag – hvorfor ikke et annet sted.
3. Hva visste du om Lofoten, og hvilke bilde hadde du av Lofoten før du kom dit første gangen?
4. Dersom du hadde noe forhold til Lofoten før du kom hit, beskrive hvordan det stemmer overens med slik du opplever Lofoten i dag?
5. Beskriv noen konkrete forhold som var avgjørende for valg av bosted (eksempler er: folk, natur, infrastruktur, arbeid.)
6. Har sosialt nettverk vært viktig for at du bosatte deg i Lofoten? Beskriv i så fall gjerne på hvilken måte.
7. Har du et tidsperspektiv når det gjelder å bo i Lofoten?
8. Hva er et godt sted å bo i dine øyne?
9. Hva legger du i begrepet ”livsstil”?
10. Hva er det ”gode liv” for deg?

Litt om etablering av egen virksomhet, og hvilken rolle naturen har som arbeidsplass og inspirasjon

1. Hvordan er forholdet jobb-fritid for deg?
2. Nevn minst tre av de viktigste motivasjonsfaktorene for å gjøre det du gjør jobbmessig?
3. På mer generelt grunnlag: Hvilke verdier er viktig for deg i jobbsammenheng?
4. Startet du opp egen virksomhet etter at du flyttet til Lofoten? Og hvordan har det vært å drive for seg selv? Beskriv gjerne hvilke forhold som har vært viktig.
5. Har kommunen, lokale næringsforum eller lignende bidratt økonomisk i etableringsfasen? Kan du si noe om strukturelle forhold som har vært viktig for at du kan drive for deg selv slik du gjør (eksempler kan være etableringsordninger i kommunen, næringsforum, jobblokaler)
6. Hvor viktig er Lofoten som sted i arbeidet ditt? Beskriv gjerne på hvilken måte.
7. Hvilken relasjon har du til lokalsamfunnet?
 - Jobbmessig: (eks. Har du lokalt marked? er det godt samarbeidsmiljø med andre bedrifter?...)
 - Personlig: (eks. har du bredt nettverk som bor der? Kjenner du mange som har flyttet til etter hvert som du har bodd der av litt de samme årsakene som de)

Vedlegg 3: Sertifikat for konferansedeltakelses


<p>Practising the Good Life/The Good Life in Practices</p>
<p>CERTIFICATE OF ATTENDANCE</p>
<p>We hereby certify that Sarah Peters attended the conference “Practising the Good Life/The Good Life in Practices”, held in Lisbon, Portugal, at FCHS-UNL, 17th – 18th October 2013.</p>
<p>In name of the Organising Committee</p>

<p>João Sardinha/Kate Torkington/Inês David</p>
<p>Lisbon, 18th October 2013</p>
<hr/> <p>Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA-IUI) Av. Forças Armadas, Ed. ISCTE-IUL, 1649-026 Lisboa PORTUGAL Tel: (+351) 21 790 39 17 Email: cria@cria.org.pt www.cria.org.pt NII: 508237858</p>

