

Even Søberg

UTE - Norges sprekeste friluftsbilad

En kritisk diskursanalyse av ti lederartikler i friluftslivsbladet UTE i perioden 2008 - 2012

Masteroppgave i idrettsvitenskap

Seksjon for kroppsøving og pedagogikk
Norges idrettshøgskole, 2013

Forord

Utenfor vinduet mitt titter jeg ut på snødekte fjelltopper med havet rundt på alle kanter. Jeg sitter i en rorbu i Henningsvær og fullfører mastergradsprosjektet mitt, samtidig som jeg tar et halvt års deltidskurs i alpint friluftsliv. Det at jeg parallelt med oppgaveskriving har hatt mulighet til å dra på turer både sommer som vinter og utøve mine hobbyer, har vært essensielt for at jeg skulle klare å få gjennomført en slik type oppgave. Jeg har hatt en stor utfordring med mastergradsprosjektet både faglig og personlig, og har virkelig stått på for å forstå og benytte begreper innen det omdiskuterte feltet; kritisk diskursanalyse. Når jeg nå reflekterer tilbake på prosessen, ser jeg at jeg også har utviklet meg både personlig og faglig med bakgrunn i oppgaven og at jeg nå kan se fremover til neste utfordring.

Jeg vil først og fremst rette en stor takk til veilederen min, Kirsti Pedersen Gurholt, professor ved Seksjon for kroppsøving og pedagogikk ved Norges Idrettshøgskole.

Jeg vil også takke min gode venn Morten Corneliussen Rustad, for å si ja og hjelpe til samme hva jeg har spurt om, samtidig som han har vært en god turkamerat både sommer og vinter sammen med alle de andre gode vennene mine. Jeg gleder meg allerede til fremtidige turer!

Jeg vil også takke mine medstudenter for interessante og lange diskusjoner, samt alle andre som har bidratt med innspill og kommentarer.

Henningsvær, 28. mai 2013

Even Søberg

Sammendrag

I denne oppgaven har jeg studert hvordan friluftslivsmagasinet UTE tematiserer friluftsliv i samtiden. Ved å ta utgangspunkt i Norman Faircloughs tredimensjonale modell for kritisk diskursanalyse, har jeg analysert ti lederartikler i bladet i perioden 2008 – 2012. Slik har jeg utviklet en økt forståelse for hvordan disse artiklene uttrykker makt og interesser, som igjen sier noe om hva slags verdier og diskurser bladet fremmer og formidler i en offentlig friluftslivsdiskurs.

Det norske friluftslivet er i endring, og man kan ut i fra Norman Faircloughs begreper si at det pågår en kamp om betydningstillegging av feltet. På bakgrunn av å ha beskrevet, forklart og kritisert språkbruken i lederartiklene i UTE, har jeg vist hvordan UTE er en viktig aktør i så måte, og bidrar til å utfordre det tradisjonelle friluftslivshegemoniet i Norge.

Gjennom analysene har jeg kommet frem til to hoveddiskurser, som kan sies å høre sammen. Disse er *kommersialiseringsdiskursen* og *helsediskursen*. Man kan si at disse speiler elementer fra samfunnet for øvrig, og at de gjensidig påvirker og blir påvirket av hverandre. De avdekker også hva jeg vil kalle for to viktige motsetningsforhold. På den ene siden blir det i artiklene snakket høyt om naturvern, på den andre siden om viktigheten av kommersielle aktører, bruk av naturen og et stort aktivitetsfokus. Det blir også tydelig understreket hvordan friluftslivet skal være for alle og at bladet UTE skal være for alle, samtidig som bladet er veldig opptatt av det spreke friluftslivet, viktigheten av utfordringer og friluftsliv for helsens skyld. Dette kan sees på som et gap mellom mål og innhold, mellom visjon og virkelighet. Jeg mener dette er en dobbeltkommunikasjon som gjør at bladet mister troverdighet.

Nøkkelord: friluftsliv, friluftslivsverdier, kritisk diskursanalyse, UTE, diskurs, verdier

Innhold

Forord	3
Sammendrag	4
Innhold	6
1. Innledning	8
1.1 Bakgrunn for valg av problemområde.....	8
1.2 Problemstilling.....	12
1.3 Oppgavestruktur	13
2. Diskurs som teori og metode	14
2.1 Vitenskapsteoretisk forankring - Den hermeneutisk-fenomenologiske metodologi.....	15
2.2 Førforståelse	17
2.3 Sosialkonstruktivisme – ”Alt er sosialt konstruert”	21
2.4 Kritisk diskursanalyse	25
2.5 Den tredimensjonale modellen.....	27
2.5.1 Tekst og bilde.....	30
2.5.2 Diskursiv praksis.....	36
2.5.3 Sosial praksis.....	37
2.6 Andre metodiske valg	38
2.6.1 Utvalg.....	38
2.6.2 Etikk.....	38
2.6.3 Styrker og svakheter ved kritisk diskursanalyse	39
3. Analyse	41
3.1 Tekstene	41
3.2 Diskursiv praksis.....	74
3.2.1 UTE.....	74
3.2.2 Målgruppe	76
3.2.3 Lederartikkel	77
3.3 Tolkning – Sosial praksis.....	79
3.3.1 Kommersialisering og helse – to sider av samme sak	82
3.3.2 Friluftslivet kan speile samfunnet	92
4. Oppsummering og avslutning	96
4.1 Behov for videre forskning.....	97

Referanser	98
Figuroversikt	105

1. Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av problemområde

For å finne ut hva friluftsliv er, begynner Nils Faarlund i *Friluftsliv: hva - hvorfor – hvordan* med den språklige betydningen av begrepet. Han har det moro med om friluft betyr ”ikke tak over hodet” og om vi derfor må utelukke dykking og grottevandring? Og hva ligger i fri luft? Vil det si ren luft? Hvor finnes i så fall den? I dag hadde det da for eksempel blitt umulig å drive friluftsliv i en park i Oslo, eller i Osloområdet for den saks skyld, der luften nok er mer forurenset enn langt til fjells. Og hva med liv? Er det en forskjell på *friluftsliv*, *friluftaktivitet* og *friluftsvirksomhet*? Kanskje liv kan tolkes som noe mer naturlig, noe mer levende – med overskuddsliv, og at vi derfor kan utelukke bruk av tekniske hjelpemidler? Faarlund konkluderer til slutt med at den språklige tolkningen ikke gir noe entydig svar. Deretter ser han på historien til friluftsliv i Norge. Der er Faarlund i ”godt selskap” med flere forskere, for eksempel Repp (2003), som understreker at for å forstå hva norsk friluftsliv er i dag, er det viktig å ha kjennskap til historie og tradisjon.

Folk i Norge var mer avhengige av naturen tidligere, og brukte den til nyttige formål i husholdningen (Breivik, 1978; Gurholt, 1995). Tradisjonene i Norge for jakt og ulike former for sanking går helt tilbake til istiden. I vår tid har vi beholdt tradisjonen med å plukke litt bær, sopp eller kanskje fiske litt når vi går på tur, kanskje som en vane og som en følelse av at vi også gjør noe nyttig når vi er i naturen. Dette er ikke nødvendig og kan karakteriseres ved å være et overskuddsliv (Breivik, 1978; Gurholt, 1995). Det var først engelske overklassemenn som begynte å drive friluftsliv slik vi kan kjenne det igjen i Norge, fordi de hadde tid og ressurser til det. Å være i aktivitet ute i naturen ble etter hvert mer vanlig på fritida, og var noe som vokste fram med den økende industrien. I Europa ble det et større og større konkurransepreg over friluftslivet, for eksempel ved ski- og slalomløp eller ved nasjonale statusspill i det å bestige fjelltopper. Friluftslivet ble så i økende grad trukket inn i turisme, industriinteresser og service-sektoren (Faarlund, 1976). I mer moderne tid har friluftslivet fått begge beina plantet godt inn i reklame, film, utstyrsprodusenter og utstyrsjag. Mange mener at det opprinnelige verdisynet i friluftsliv har forsvunnet i et penge- og statusjag, at det er

preget av en ”need for speed-mentaliet”, og at vi ikke lengre er på lag med naturen. Faarlund mente dette var tilfellet allerede på syttitallet. Han skrev blant annet at:

”...ved å innføre motevariasjoner i utstyr for friluftsliv kan man overføre statusjakten også til dette området og skape etterspørsel etter et utall av produkter som kan gjøre ”livet lettere” for utøverne (kastesluksneller, automatgevær, påhengsmotorer, kunststoffski, osv.)”. (Faarlund, 1976).

Også Gurholt (2010) setter spørsmålsteget ved hvordan det var synssansen og panoramaet, det visuelle og sublimе naturinntrykk som dominerte i det tidligere vandrерfriluftslivet, mens naturmøtet i dag er preget av kroppslig lek i nærkontakt- og kamp med elementene. Faarlund hadde og har et utpreget økologisk syn på friluftsliv, og var klar på at friluftsliv burde inneholde et *medansvar* for natur. Gjennom en diskusjon over forskjellen mellom ”sherpakulturen” og vår ”teknokultur” kommer Faarlund fram til at forståelsen av og hvordan vi definerer friluftsliv, i bunn og grunn kommer an på hva som skal stå som våre verdistandpunkter (Faarlund, 1976). Om en undersøker friluftsliv empirisk, hvordan ulike grupper i befolkningen utøver og definerer friluftsliv, vil begrepets innhold variere fra situasjon til situasjon og fra person til person. Det er et dynamisk sosiokulturelt fenomen som er i stadig endring – noe denne masteroppgaven underbygger. Friluftsliv er noe det stadig forhandles om (Pedersen, 1999).

Den Norske Turistforening (DNT) har arbeidet for det norske friluftslivet i 150 år, og har i dag over 245 000 medlemmer (DNT, 2012). Siden organisasjonen ble stiftet av Thomas Heftye i 1868 har den vært viktig i å utvikle og forme friluftslivet, gjennom naturvern, hyttebygging, løypelegging, samarbeid, organisering og store medlemstall. Målet har hele veien vært å få folk flest ut på tur, gjennom et enkelt, tradisjonelt friluftsliv. Paraplyorganisasjonen Friluftslivets Fellesorganisasjon (FRIFO) ble stiftet i 1989 og har til sammen over 700 000 medlemmer (FRIFO, 2012), og har på lik linje med DNT som formål å fremme et tradisjonelt og naturvennlig friluftsliv. Som representanter for et slikt friluftsliv i så mange år, kan disse to organisasjonene stå som ett eksempel på det tradisjonelle friluftslivet og hva man kan kalle et hegemoni i den norske friluftslivsdiskursen. I senere tid har det imidlertid kommet til andre tradisjoner. Ungdoms- og utstyrskultur er lett å få øye på i dagens samfunn, spesielt gjennom media,

og er preget av moderne og utstyrskrevede aktiviteter som krever mye tid, penger og ofte stor kunnskap og omfattende ferdighetstrening (Kleiven, 1993; Pedersen, 1995, 2003; Øia & Strandbu, 2004; Gurholt, 2005, 2008; Tordsson, 2007). Den kanskje største friluftslivstradisjonen, den som favner de fleste, er søndagsturen i skogen med familien eller på tur med bikkja i parken. Dette er viktige fritidsaktiviteter i friluft som også har en opplevelsesfunksjon (Kleiven 1993). Likevel tyder mye på at det er såkalte nye, teknologibaserte aktiviteter som får mest oppmerksomhet i media. Disse aktivitetene blir gjerne beskrevet med fart og spenning, opposisjon og eventyr. Det skal være ekstremt og en skal få mye ut av lite tid. Det er i fritiden en skal uttrykke seg selv, i motsetning til i arbeidslivet (Tordsson, 2007). Dette er også aktiviteter som ofte er mannsdominert jo mer teknologiorientert, uttrykksfullt, resurskrevende, og mediafokuserert aktiviteten er (Pedersen 2003). Friluftslivet er i endring, og også organisasjoner som DNT og FRIFO må tilpasse seg nye aktiviteter og nye måter å se på naturen på. Et eksempel kan være fremveksten av DNTs fjellsportgrupper. Noen vil hevde at nasjonalbildet vi har av DNT, som en idealistisk, velmenende, ideell organisasjon i mariusgenser og nikkers bør redigeres. Lærere og politikere frykter for at det tradisjonelle friluftslivet ikke føres videre til de neste generasjonene om det moderne synet blir enerådende. Noen tror at de unge vil vende ryggen mot naturen, mens andre tror at aktivitetene tipper over til å bli mer eventyraktige og spennende (Gurholt 2005, 2008). Gurholt (2005) legger frem at hva hun mener er et slikt mediagenerert syn på friluftsliv også vil påvirke politikere, lærere og andre i hvordan de skal legge opp undervisning og tilrettelegging av aktiviteter i naturen for å trigge ungdommen til å begynne med friluftsliv. Samtidig viste en undersøkelse av Gurholt (2003) at norsk ungdom kanskje er mer tradisjonelt orienterte enn hva media forventer, at det ikke er ”halsbrekkende stunts” det drømmes om?

Ut i fra Norman Faircloughs begreper kan man si at det norske friluftslivshegemoniet nå blir utfordret, og at friluftslivet er et felt som flere kjemper om fyller med mening. Det pågår en kamp om betydningstillegging av feltet, og det tradisjonelle norske friluftslivshegemoniet utfordres. Det som er spennende er UTEs rolle og ansvar i dette. Friluftsliv er et dynamisk felt som stadig er i endring, og det kan virke som om det stadig dukker opp nye aktiviteter og skapes nye grupper og miljøer. Ved å skrive om alle nye aktiviteter har UTE en viktig rolle i hvordan disse blir ”fastsatt”, avgrenset og tydeliggjort. Dermed vil det bli klarere hva som ”kreves” for de ulike aktivitetene – hva

er inne og hva er ute? Dette har å gjøre med hvilke ord som brukes og hvilke subjektposisjoner og identiteter som leserne får tilbudt. Slik sett er bladet med på å produsere nye diskurser, og leserne vil fungere som aktører i å forandre den norske friluftslivsdiskursen. Når folk møtes og snakker sammen bruker de elementer fra ulike diskurser som de henter blant annet fra massemedia. Nils Faarlund har uttalt at det er byfolk som utvikler friluftslivet, og dette får meg til å tenke over følgende scenario: En guttegjeng i Finnmark har hatt mye moro med å drive med *terrengsykling* det siste året. En dag må de plutselig flytte til Oslo. De tar med syklene sine for de har hørt det er fint å sykle i Nordmarka. På plass i marka oppdager de plutselig mye nytt, og de får følelsen av å ikke passe inn. De har verken klær eller utstyr som passer inn i hva de andre kaller *stisykling*, *downhillsykling*, *hardtail* eller *dirt*. Det er dette som er sosialkonstruktivisme; hvordan verden blir konstruert gjennom hvordan vi snakker om den. Gjennom å analysere kan man derfor få et innblikk i hvordan sosiale virkeligheter blir til. Kanskje et blad som UTE er med på å legge føringer for hvordan folk skal forstå friluftsliv i dagens samfunn?

1.2 Problemstilling

Problemområdet som skal belyses i min masterstudie er knyttet til hvordan tradisjoner og trender i friluftsliv kommer til uttrykk i media. For å studere dette har jeg valgt å se nærmere på hvordan friluftslivsmagasinet UTE tematiserer friluftsliv i samtiden, og hva slags verdier bladet fremmer og formidler i en offentlig friluftslivsdiskurs. Jeg har valgt å kalle studien:

UTE – Norges sprekeste friluftslivsblad

En kritisk diskursanalyse av 10 lederartikler i friluftslivsbladet

UTE i perioden 2008-2012

Studien har følgende problemstilling:

”Hvilke verdier og diskurser reiser lederartiklene i friluftslivsbladet UTE?”

En masteroppgave med et mål om å beskrive, forklare og kritisere språkbruken i lederartiklene i UTE i perioden 2008-2012, for å få en økt forståelse for hvordan disse uttrykker makt og interesser i den norske friluftslivsdiskursen.

1.3 Oppgavestruktur

I oppgaven gjør jeg først rede for diskurs som teori og metode. Det vil si at jeg først presenterer det vitenskapsteoretiske bakteppet. Herunder kommer en presentasjon av den hermeneutisk-fenomenologiske metodologien, sammenhengen til og viktigheten av førforståelse, og hvordan det hele tar utgangspunkt i et sosialkonstruktivistisk perspektiv. Deretter vil jeg ta for meg det metodiske ved en kritisk diskursanalyse (KDA), og vise hvordan jeg vil gå fram ved å ta utgangspunkt i Norman Faircloughs tredimensjonale modell for analyse. Etter dette vil jeg begrunne hvorfor jeg har gjort det på denne måten. Jeg vil så presentere resultatene av selve analysen. Neste steg vil så være en drøftingsdel, hvor jeg foretar en videre tolkning av materialet, og setter dette inn i en større samfunnsmessig og friluftslivsfaglig sammenheng. Til slutt kommer en oppsummering og avslutning.

2. Diskurs som teori og metode

Diskursanalyse kan forstås som et samlebegrep for en del av et stort tverrfaglig felt, og i boken *”Diskursanalyse som teori og metode”* (Jørgensen & Phillips, 1999) gir forfatterne tre ulike tilganger som hører inn under dette begrepet. Disse er diskursteori, kritisk diskursanalyse og diskurspsykologi. De tre kan innebære ulike tilganger og framgangsmåter, og kan bli brukt på mange forskjellige sosiale områder og i ulike undersøkelser. Det er ingen fullstendig enighet om hvordan man skal definere hva en diskurs er. Jørgensen & Phillips (1999:148) velger å definere en diskurs som *”en bestemt måte å tale om og forstå verden eller et utsnitt av verden på”*. Begrepet *diskurs* blir imidlertid brukt i forskjellige betydninger i forskjellige sammenhenger. Oftest har begrepet å gjøre med ideen om at språket er strukturert inn i ulike mønstre som vi sorterer våre utsagn inn i når vi opererer innen forskjellige sosiale domener. For eksempel snakker man om politiske diskurser, medisinske diskurser eller som i denne oppgaven; om den norske friluftslivsdiskursen. En diskursanalyse vil si analysen av disse mønstrene. Den kan brukes til å få fram hvordan personer skaper mening til det de beskriver gjennom måten de uttrykker seg på (Jørgensen & Phillips, 1999). Både diskursteori, kritisk diskursanalyse og diskurspsykologi tar utgangspunkt i at måten vi snakker på ikke avspeiler vår omverden, våre identiteter og sosiale relasjoner på en nøytral måte, men at det spiller en aktiv rolle i å skape og forandre dem (Grue, 2011). Grunnantakelsen er at språk i bruk sjelden eller aldri formidler en nøytral virkelighetsbeskrivelse, men alltid bærer med seg et bestemt perspektiv og bestemte forståelser (Grue, 2011; Jørgensen & Phillips, 1999). Dette er utgangspunktet for denne oppgaven. Gjennom en kritisk diskursanalyse av lederartiklene i UTE i perioden 2008-2012 har jeg et mål om å beskrive, forklare og kritisere språkbruken og innholdet i artiklene, for å få en økt forståelse for hvordan disse uttrykker makt og interesser i den norske friluftslivsdiskursen.

Hvordan man skal vektlegge det metodiske i en diskursanalyse, hvilken strategi man velger, er ikke uproblematisk. Diskursanalyse sees gjerne på både som teori og metode. Dette er fordi de tre tilgangene alle gir en slags pakkeløsning som består av begge deler. Her finnes både filosofiske premisser angående språkets rolle i konstruksjon av verden, i tillegg til ulike teoretiske modeller og metodiske retningslinjer. Derfor finnes det innen dette feltet også en viss motvilje mot å utvikle en særskilt metodelitteratur (Neumann,

2000; Fairclough & Wodak 1997; Wodak & Meyer, 2009, sitert i Hitching, Nilsen & Veum, 2011:13). Dette er hovedsakelig på grunn av ulikheter i forhold til subjektforståelse, uenigheter i forhold til diskursenes ”rekkevidde” og hva som skal eller bør være fokus i en konkret analyse. En diskursanalyse kan altså brukes på ulike områder, men et teoretisk rammeverk må være på plass. Det legges særlig vekt på og det oppfordres til å kombinere elementer fra de ulike tilgangene når man skal bygge opp sin egne diskursanalytiske ramme i et konkret prosjekt (Grue, 2011; Grue, 2012, Hitching et. al., 2011; Fairclough, Jørgensen & Phillips, 1999). Ulike perspektiver kan gi forskjellig innsikt som til sammen kan føre til en økt forståelse. Alle de tre tilgangene står imidlertid på en sosialkonstruktivistisk grunnmur som tar utgangspunkt i den hermeneutisk-fenomenologiske metodologien.

2.1 Vitenskapsteoretisk forankring - Den hermeneutisk-fenomenologiske metodologi

Diskursanalyse er et bredt, tverrvitenskapelig felt som er representert i ulike retninger og i ulike fagdisipliner (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Jeg har i min oppgave valgt å ta utgangspunkt i Norman Faircloughs modell for kritisk diskursanalyse, som hører til den hermeneutisk-fenomenologiske metodologien. Denne sorterer inn under samfunnsvitenskapen og det kvalitative paradigmet. I alle samfunnsvitenskapelige tilnærminger vil fortolkning ha en sentral plass (Chalmers, 1995). Man kan se på diskursanalytiske tilnærminger som kvalitative og fortolkende, fordi dataene som undersøkes er sosialt konstruerte. Dermed kan de ikke kvantifiseres og måles på samme måte som naturgitte fenomener (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Hermeneutikk og fenomenologi er humanvitenskap, og handler dermed om oss mennesker og hvordan vi lever (Thagaard, 2003). Et hovedformål med kvalitativ forskning er å oppnå en forståelse for ulike sosiale fenomener (Thagaard, 2003). Et generelt trekk som ofte blir nevnt vedrørende samfunnsvitenskapelige tilnærminger, er at man ønsker å oppnå *en dypere forståelse* enn hva som umiddelbart er innlysende (Chalmers, 1995). Om dette er en målsetning, blir fortolkning vesentlig. Man kan si at å analysere eller tolke en tekst er fortolkningslære (Thagaard, 2003). Opprinnelig var hermeneutikken knyttet til fortolkning av tekster, og fra et samfunnsvitenskapelig ståsted knytter man gjerne et hermeneutisk perspektiv til det ”å lese kultur som tekst” (Thagaard, 2003). Man kan altså benytte hermeneutiske teknikker i studiet av kultur ved at kultur leses som tekst. Det går også an å se på det som at alle kvalitative data før eller siden vil ha form som

tekst, enten man har transkribert et intervju eller gjort feltnotater i løpet av en observasjon (Thagard, 2003). Hermeneutikk blir da også kalt ”læren om fortolkning av tekster” (Store norske leksikon, u.å.). Føllesdal & Walløe (2002:89) definerer hermeneutikk som ”studiet av hva forståelse er og hvordan vi bør gå frem for å oppnå forståelse”. Et viktig prinsipp innen hermeneutikken er at mening bare kan forstås i lys av sammenhengen det vi studerer er en del av. Man kan si at fenomener tolkes i kontekst, og at forståelsen er avhengig av denne – den er kontekstavhengig, og man forstår delene i lys av helheten (Thagaard, 2003). En analyse og fortolkning av lederartiklene i UTE vil være en form for dobbel hermeneutikk – en fortolkning av en allerede fortolket virkelighet (Thagaard, 2003). Redaktøren som har skrevet artikkelen vil ha sin førforståelse og være preget av konteksten han/hun befinner seg i. Enhver vil ha sin forståelse og oppfattelse av verden, og dermed også av en tekst som leses. I praksis betyr dette at jeg må forholde meg til en verden som allerede er fortolket. Den britiske sosiologen Anthony Giddens mener samfunnsvitenskapen bygger på en slik dobbel hermeneutikk. På den ene siden må en forsker forholde seg til det å være forsker og på den annen side må han forholde seg til den hverdagslige virkeligheten han studerer (Giddens, 1976). Dette er ikke ulikt den norske filosofen Hans Skjervheims tanker om å ha en deltaker- og en tilskuerholdning – noe jeg kommer nærmere inn på i kapitlet om førforståelse.

Fenomenologien har i filosofien flere ulike betydningsinnhold (Store norske leksikon, u.å.). Jeg velger i denne oppgaven å forstå fenomenologi som en grunnvitenskap som ønsker å trenge inn til fenomeners betydning. Thagaard (2003) forteller at fenomenologi handler om beskrivelse og forståelse, at den ikke er opptatt av konklusjoner men av å beskrive hva som skjer; at det handler om å beskrive verden som den som studerer erfarer den. Fenomenologien peker også på hvordan vår oppfating av virkeligheten avhenger av vårt erfaringsperspektiv, som i sin tur er basert på tidligere opplevelser og på sosial, økonomisk og kulturell bakgrunn. Dette vil jeg også gå nærmere inn på i kapitlet om førforståelse.

For å oppsummere kan jeg si at målet med dette forskningsprosjektet ikke er å komme med universelle generaliseringer, men å finne fram til kontekstavhengige observasjoner om forhold knyttet til friluftsliv. Den hermeneutisk-fenomenologiske metodologien vil

ligge bak, da hovedsaken vil være å utvide min forståelseshorisont gjennom beskrivelse og fortolkning.

2.2 Førforståelse

Den norske filosofen Hans Skjervheim er kjent for å ha gjort et poeng av at mennesket aldri kan sette seg selv utenfor historien som tilskuer fordi det alltid vil være deltager. Dette støttes blant annet av Føllesdal og Walløe (2002) som skriver at de meninger og holdninger man har som forsker, forskerens forståelseshorisont, er det som bringer en inn i ethvert samfunnsvitenskapelig forskningsprosjekt. De kaller dette for forskerens *førforståelse*. En forsker vil med andre ord forstå verden og andre mennesker ut i fra sin egen bakgrunn, og bli påvirket av sine egne forkunnskaper og tidligere erfaringer (Vinje, 1995). Dette har vært avgjørende for at jeg har valgt å studere på Norges Idrettshøgskole, at jeg har valgt å skrive en masteroppgave som handler om friluftsliv, og også hva som ble problemstillingen i denne. Fordi det er en persons førforståelse som slik sett bringer en inn i et forskningsprosjekt, vil derfor objektivitet være en umulighet (Føllesdal & Walløe, 2002). Dette betyr også at en annen leser kan komme til å oppfatte lederartiklene på en helt annen måte enn meg. På den annen side er også artiklene bestemt av de sosiale sammenhengene de inngår i, samtidig som de selv bidrar til å skape nye sammenhenger. Å skape tekster er i seg selv en form for handling som former og skaper ny virkelighet og forskjellige erfaringsbakgrunner vil gi ulike virkelighetsbilder (Asdal, 2008). Selve grunnlaget for en tekstanalyse er å vise hvordan teksten ikke er en nøytral gjengivelse av et gitt saksforhold (Svennevig, Sandvik & Vagle, 1995).

Innen hermeneutikken finner man hermeneutisk metode, hvor forståelsesprosessen i for eksempel et forskningsprosjekt vil være kjennetegnet av en sirkelstruktur. Denne sirkelstrukturen blir betegnet som den hermeneutiske sirkel (Føllesdal & Walløe, 2002). Kort forklart er dette en måte å se på læring på; en fortolkende prosess hvor man beveger seg mellom helheten, delene og videre tilbake til helheten. En forsker vil først ha en forståelse av helheten ut i fra sin daværende forståelseshorisont. Ved å så studere delene, vil han igjen forsøke å forstå helheten på bakgrunn av dette. Det endelige målet med denne undersøkelsen er ikke å forklare, selv om dette er en stor del av oppgaven, men heller å forsøke å få en økt forståelse ut i fra hvordan jeg klarer å forklare språkbruken i lederartiklene. Forståelsen er altså det sentrale, og resultatene vil være et

produkt av mine egne fortolkningsprosesser. Kritisk diskursanalyse er forbundet med den hermeneutiske sirkelen, fordi man beveger seg frem og tilbake mellom en helhetlig forståelse av tolkningsobjektet og en utspørring av studieobjektets enkelte aspekter (Grue, 2011). Den involverer også abduksjon; en teori om slutninger utviklet av den amerikanske filosofen Charles Sanders Peirce (1839-1914). I en abduktiv framgangsmåte vil man ikke sette opp forhåndsdefinerte, konkrete hypoteser, men utvikle hypotesene underveis i forskningsprosedyren. Man starter med noen observerte forekomster eller fenomener som man forsøker å finne forklaring på, og trekker slutninger fra datamaterialet til den mest plausible forklaring, altså hva som er mest rimelig og sannsynlig. Dette vil ikke gi sikker kunnskap i positivistisk forstand, men et kvalifisert grunnlag for å sette fram nye antakelser og hypoteser om det man har undersøkt. Disse hypotesene er avhengige av hvor stor innsikt forskeren har i den aktuelle konteksten (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Dette kommer man fram til blant annet ved å lese sekundærlitteratur og fagspesifikk teori (Grue, 2011). Gjennom analysene vil jeg forsøke å finne mønstre i datamaterialet som kan bidra til en overordnet forståelse av det jeg skal undersøke.

Den Norske filosofen Hans Skjervheim er som tidligere nevnt først og fremst kjent for sin påstand om at man kan innta to forskjellige holdninger til folk, enten en deltaker- eller en tilskuerholdning. Han trekker fram den danske filosofen Søren Kierkegaard for å understreke poenget sitt, om at mennesket aldri kan sette seg selv utenfor historien som tilskuer fordi det alltid vil være deltaker. Kierkegaard mente at ved å forsøke å ha et fullstendig objektivt synspunkt ville man se bort i fra mennesket som et skapende vesen (Strand & Lervik, 2006). En diskursanalytiker skal prinsipielt være i stand til å unngå å tenke "enten eller" om dette, og forsøke å forstå sitt felt på begge måtene; på den ene siden i et deltakerperspektiv, og på den andre siden i et tilskuerperspektiv (Berge, 1996, sitert i Hitching et. al., 2011:21). Dette er et sentralt spørsmål for alle som driver med diskursanalyse. Er det mulig å gjennomføre nøytrale analyser av språk, kommunikasjon og sosial handling, i den forstand at analysene er frie for påvirkning fra forskerens egne verdier og erkjennelsesinteresser? I Faircloughs tredimensjonale modell lager han et skille mellom to grunnleggende nivåer i analysen. Dette er på den ene siden forskerens beskrivelse av teksten og på den andre siden forskerens kritiske fortolkning av teksten. Kritikerne hevder at det er umulig å analysere en diskurs på en nøytral måte, samtidig som man skal framstå som kritisk (Widdowson, 2004;1995, sitert i Hitching et.

al., 2011). I tillegg mener professor i diskursstudier ved Lancaster University, Ruth Wodak (2006, sitert i Hitching et. al., 2011) at det innen kritisk diskursanalyse er umulig å være helt nøytral, så lenge det er slik at analysen i utgangspunktet stammer fra et mer eller mindre definert forskingsspørsmål eller tema, som igjen har blitt til ut i fra forskerens interesser og verdier. Et annet poeng er at det innen kritisk diskursanalyse ofte er slik at forskeren har et overordnet og mer idealistisk mål om at analysene skal kunne bidra til å endre eksisterende sosiale praksiser og relasjoner (Hitching et. al., 2011). Dermed er det nokså åpenbart at forskeren tar med seg et sett av verdier, fortolkningsrammer og holdninger inn i forskningsprosjektet. Derfor er det ekstra viktig, ut i fra et metodisk perspektiv, at man som forsker i analyseprosessen i størst mulig grad er eksplisitt, bevisst og tydelig på sin egen bakgrunnskunnskap og hvilket verdisyn og holdninger man har til det fenomenet man vil studere. Ofte kan god bakgrunnskunnskap være en fordel, men det kan også føre til at man mangler noe av den nødvendige distansen som gjør det mulig å oppdage de sosialt konstituerte normsystemene (Hitching et. al., 2011). Jeg er enig med Søren Kierkegaard i at man som menneske og forsker alltid vil være mer eller mindre preget av sin bakgrunn, og at man vil se verden på en annen måte enn menneskene man studerer. Derfor vil det være grunnleggende at forskeren er bevisst og reflekterer over sin førforståelse og sin egen rolle i fortolkningsprosessen (Vinje, 1995). Hvem er så jeg?

At det som skrives i lederartiklene er en diskursiv framstilling av virkeligheten som jeg selv er en del av og har en mening om fra før, gjør det ekstra vanskelig å se etter mønstre i det som blir skrevet. Om man selv er en del av diskursen man skal undersøke, er det lett å overse visse ”selvfølgeligheter”, men det er nettopp disse man ønsker å avdekke (Fairclough, 2001; Jørgensen & Phillips, 1999). Sagt på en annen måte vil tilskuerperspektivet by på ekstra utfordringer fordi jeg kan sies å ha begge beina plantet godt oppi salaten; jeg er en mann i midten av tjuetåra, bruker mye ressurser på trening, mosjon og friluftsliv både sommer og vinter og er i ferd med å fullføre høyere utdanning, - dette er alle faktorer som i følge Statistisk Sentralbyrå (Vaage, 2001) tilsier at jeg er i mer aktivitet ute i frisk luft enn Ola og Kari Nordmann, og dermed øker sannsynligheten for at jeg vil kjøpe ”Norges sprekeste friluftslivsblad”. Jeg er oppvokst i Løten kommune i Hedmark blant skog, dyr og åker. Gjennom oppveksten har jeg vært medlem i ulike idrettslag og har drevet med mange forskjellige aktiviteter. Med foreldre og søsken har jeg vært mye ute på turer i skogen, på sjøen og i fjellet, og jeg har alltid

vært glad i å være i aktivitet ute i naturen. Nå har jeg bodd og studert i Oslo i flere år, men føler likevel ikke at min friluftslivsutøvelse har forandret seg av den grunn. Både da og nå har jeg både hatt et forhold til hva Breivik (1979) kaller ”landsbygdas friluftsliv” som jakt og fiske, bær- og soppstaking og ”byens friluftsliv” som for eksempel vandring i skog og fjell, padling, klatring og skiløping. Også Pedersen (1995) laget et skille mellom friluftslivstradisjoner etter sin undersøkelse av den nordnorske friluftslivskulturen, i henholdsvis ”vandrer- og sankerfriluftsliv”. I tillegg la hun til en tradisjon hun valgte å kalle ”spesialistene” – en friluftslivsutøvelse karakterisert ved å være nye og ofte utstyrs- og tidskrevende aktiviteter med elementer av fart og spenning. Jeg føler jeg kan identifisere meg med alle disse formene for friluftsliv. Jeg opplever *”den intense glede ved det enkle friluftsliv, og ikke minst gleden ved nøysomhet”* (Nansen, 1921) når jeg går turer i fjellet rundt hytta om høsten, jeg kjenner meg igjen i hovedpersonen i Krakauers *”Into the wild”* (Krakauer, 1996) i det å ikke alltid føle seg hjemme i denne verden med det unødvendige overforbruket og den overdrevne sikkerheten, det å bli glad av å være på vandring, å komme vekk og oppleve absolutt frihet. Jeg ser også meg selv i Macfarlanes *”Mountains of the Mind”* (Macfarlane, 2003). Gleden og tilfredsheten det å ta en risiko gir i ettertid – *”en føler seg aldri mer i livet enn når man har vært døden nær”*. Jeg tester meg mot kamerater og meg selv i bratt skikjøring, downhillsykling, klatring og surfing. Jeg tar sjanser for å kjenne adrenalinet strømme igjennom kroppen. Jeg er i så måte også en bærer av og en representant for hva Pedersen (1995) altså kaller en friluftslivskultur med spesialist-tilnærming. Samtidig får jeg ofte en flau smak i munnen av kamerater med ett GoPro-kamera på hjelmen og ett på brystet, hydrauliske setepinner i karbon med trinnløs høydejustering fra styret, og høyere blogg- enn pedalfrekvens. Jeg ser hver dag hvordan friluftslivet i økende grad blir trukket inn i turisme, industriinteresser og service-sektoren, og at det har det fått begge beina plantet godt inn i reklame, film, produsent- og utstyrsjag – akkurat som Nils Faarlund beskriver det i kompendiet *”Friluftsliv: hva – hvorfor – hvordan”* allerede i 1976. Dette har faktisk ført til at jeg, for å irritere kompisene litt - i tillegg til å sette et eksempel, dropper GoreTex-jakka til fordel for den gamle bomulls-anorakken og reklamerer for min egne *”Anti-GoPro-klubb”*. Produsent- og utstyrsjaget plager meg, og jeg ser poenget i følgende utsagn fra Gunnar Repps avhandling *”Verdier og ideal for dagens friluftsliv. Nansen som foredøme”*:

”Risikerer vi også et ”friluftsliv” som i stadig økende grad blir preget av profesjonsinteresser, av pragmatisme og personlig vinning i forhold til natur, av narsissisme og leting etter unike utfordringer med spektakulære ”stunt” i fremmed og eksotisk natur – med jakt på de ultimate opplevelsene som kanskje både skal skape en mer spennende personlig livsform og samtidig gi økonomisk vinning” (Repp, 2003).

På samme måte som ungdommene beskriver det i Gurholts undersøkelse av 150 ungdommer angående deres forhold til friluftsliv (Gurholt, 2005), kan også jeg likegodt få flytopplevelser av en rolig fisketur som av å kjøre bratt på ski. Dette kan være på grunn av gode opplevelser på fisketur med far og farfar i oppveksten. Dette sier også Pedersen (2003); at det er en tendens til at folk ofte vil holde seg i de samme båsene de har vokst opp i.

UTES målgruppe er først og fremst friluftinteresserte folk som liker nye former for ikke-motorisert aktivitet. De er unge voksne og middelaldrende med tid og penger til slike aktiviteter. De har sannsynligvis nokså lik sosioøkonomisk bakgrunn og de fleste vil ha kjennskap til temaer som blir skrevet om i lederartiklene. Jeg er med min bakgrunn og friluftslivsutøvelse en person som står godt plassert midt i denne målgruppa. Samtidig setter jeg også pris på det enkle, stille friluftslivet – jeg elsker å ”dra dit elgene tørsten slukker” (Nansen, 1995). UTE har et uttalt ønske om å også appellere til denne formen for friluftsliv, faktisk er målet at alle skal få sitt (UTE, 2008/?). Sammen med min erfaringsbakgrunn har jeg også et friluftslivsteoretisk perspektiv, noe som øker forutsetningene for å bevare et kritisk analytisk perspektiv gjennom oppgaven, og som åpner for å få en økt forståelse for hvordan lederartiklene uttrykker makt og interesser som kan påvirke den norske friluftslivsdiskursen.

2.3 Sosiale konstruktivisme – ”Alt er sosialt konstruert”

Sosiale konstruktivismen kan sees på som et vitenskapsteoretisk utgangspunkt for hermeneutikken og dermed kritisk diskursanalyse (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Filosofer i siste halvdel av det tjuende århundre begynte å se på språk som en form for sosial handling, som noe som var med å skape mening. De betraktet språket som noe mennesker var avhengige av om de ville forstå seg selv og verden (Hitching et. al., 2011). Den kanskje mest kjente av disse var den franske filosofen Michel Foucault

(1926 – 1984). Foucault var en sentral teoretiker innen strukturalismen, og han var sentral i å utvikle diskursteoretisk teori- og begreper gjennom mange empiriske undersøkelser. Alle de tre diskursanalytiske retningene har røtter i Foucaults tenkning, selv om de også tar avstand fra deler av den. Dette gjelder blant annet Foucaults tanke om at det var kun ett vitenskapsregime som gjaldt i hver historiske epoke. Foucaults mål var å avdekke hva som avgjorde hva som ble ansett for sant og falskt innenfor et vitenskapsregime, og at det fantes regler for dette. Gjennom å se sannheten som en diskursiv konstruksjon følger Foucault det sosialkonstruktivistiske premiss (Jørgensen & Phillips, 1999). Foucault har også blitt kalt poststrukturalist fordi han avviste strukturalismens forsøk på å universalisere de strukturene som avdekket.

I boka *Diskursanalyse som teori og metode* (Jørgensen & Phillips, 1999) tolker og presenterer forfatterne Norman Faircloughs tanker om diskursanalyse i et sosialkonstruktivistisk perspektiv. De beskriver en sosialkonstruktivistisk tilnærming ved å si at vi forstår omverden gjennom de kategorier vi gir uttrykk for, det vil si ut i fra den kultur og tid vi lever i. Gjennom samtaler med andre former vi vårt syn på verden, noe som danner utgangspunkt for våre sosiale handlinger (Jørgensen & Phillips, 1999). Jørgensen & Phillips (1999) mener diskursanalyse deler flere vitenskapsteoretiske og sosialkonstruktivistiske premisser, og at man kan bygge opp sin egen diskursanalytiske ramme på tvers av diskursteori, kritisk diskursanalyse og diskurspsykologi. Det blir sett på som positivt å kombinere elementer fra de ulike tilgangene, og man kan slik sett sette sammen sin egen pakke (Jørgensen & Phillips, 1999; Grue, 2012). Ulike perspektiver gir forskjellig innsikt på et område og til sammen kan man slik sett oppnå en større forståelse. For å benytte seg av diskursanalyse som metode i empiriske undersøkelser, er det imidlertid avgjørende at man har god kjennskap til og en oversikt over de filosofiske, teoretiske og metodologiske forskjellene og likhetene, og at man klart gjør rede for premissene som ligger til grunn for sin undersøkelse.

I boka *An Introduction to Social Constructionism* (1995), nevner forfatteren Vivien Burr fire premisser som binder det sosialkonstruktivistiske feltet sammen. I følge Jørgensen & Phillips (1999) gjelder disse fire premissene også for alle de tre tilgangene innen diskursanalyse. Disse er, i korte trekk:

1. En kritisk innstilling til allmenn/selvfølgelig kunnskap – Kunnskapen og vårt verdensbilde er slik ut i fra hvordan vi kategoriserer verden. Dermed kan ikke hva vi vet umiddelbart sees på som objektiv sannhet.

2. Vår syn på og kunnskap om verden er alltid historisk og kulturelt betinget. Vår verdensoppfatning- og forståelse kan endre seg over tid. Ingenting er gitt på forhånd, vi kunne forstått verden på en annen måte. Diskursiv handling er sosial handling, og den er med på å konstruere verden vi lever i og på å opprettholde sosiale mønstre.

3. Vi blir enige om hva som skal være godkjent, eller gyldig, kunnskap og hva som ikke skal være det gjennom sosial interaksjon. Det er altså en sammenheng mellom kunnskap og sosiale prosesser.

4. Ulike sosiale verdensbilder fører til ulike sosiale handlinger, og den sosiale konstruksjonen av kunnskap og sannhet får dermed konkrete sosiale konsekvenser. Det er altså en sammenheng mellom kunnskap og sosial handling.

Alle de diskursanalytiske tilgangene har bakgrunn i strukturalistisk og poststrukturalistisk språkfilosofi, men man kan bare i varierende grad kalle dem poststrukturalistiske. Strukturalistisk og poststrukturalistisk språkfilosofi går kort fortalt ut på vår tilgang til virkeligheten går gjennom språket. Gjennom språket skaper vi bilder av virkeligheten, og disse bildene vil alltid være avspeilinger av en allerede eksisterende virkelighet (Jørgensen & Phillips, 1999). Språket blir sett på som en ”maskin” som konstruerer den sosiale verden – derav ordet sosialkonstruktivisme. For eksempel vil et snøskred finne sted uavhengig av folks tanker og prat, men det er noe som får diskurs når folk forsøker å sette snøskredet inn i en meningsgivende sammenheng. Snøskredet kan for eksempel gå inn i kategorien ”naturfenomen”. Skredet kan imidlertid gi mange andre perspektiver og diskurser, for eksempel kan noen skylde på manglende politiske beslutninger, meteorologi, drivhuseffekten eller kanskje Guds vrede. Slike ulike meningstilskrivninger kan igjen føre til ulike handlinger som kan være mer eller mindre relevante for den enkelte situasjon. Slik sett kan man si at den diskursive forståelsen kan få sosiale konsekvenser. Kamper som foregår på det diskursive nivået kan dermed sies å forandre og reproducere vår sosiale virkelighet (Jørgensen & Phillips, 1999). Her kan man kjenne igjen tankene til den sveitsiske lingvisten Ferdinand de Saussure (1857 –

1913). Han mente at vi tillegger verden betydning gjennom sosiale konvensjoner hvor bestemte ting forbindes med bestemte tegn, men at dette forholdet mellom språk og virkelighet er vilkårlig. Det vil si at ord får sin betydning gjennom å være forskjellig fra alt hva det ikke er, men at det likegodt kunne vært noe annet. Gjennom konvensjoner har vi lært oss å tenke på bær, lyng, rødt, sanking, søtt og syrlig når vi hører ordet ”tyttebær”, men tyttebær kunne likegodt betydd ”hus”, ”hest” eller ”hulder”. De Saussure er også kjent for skillet han gjorde mellom språkssystem – *langue*, og språkbruk – *parole* (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Mens de Saussure mente det var språket i system som var språkvitenskapens primære studieobjekt, vektlegger diskursanalyse derimot språket i bruk (Hitching et. al., 2011). Den skarpe grensen mellom disse er noe man gikk bort i fra i poststrukturalismen, i tillegg til oppfatningen av språket som noe uforanderlig med en fast struktur. Poststrukturalistene mente strukturen kunne forandres fordi bokstavenes betydning kunne forandre seg i forhold til hverandre. For eksempel kan ”å jobbe” bety mer enn det motsatte av fritid, det kan for eksempel også bety det motsatte av passivitet. Alle de tre tilgangene er i følge Jørgensen & Phillips (1999) imidlertid med på disse tre påstandene om språk:

1. Språket er ikke en avspeiling av en allerede eksisterende virkelighet
2. Språket er strukturert i mønstre eller diskurser hvor betydningen kan skifte fra diskurs til diskurs og de vedlikeholdes og forandres i diskursive praksiser
3. Vedlikeholdet og forandringen av mønstrene skal derfor søkes i konkrete kontekster ”hvor språket settes i spill”.

I utviklingen av den lingvistisk orienterte analysen har Fairclough tatt utgangspunkt i Foucault (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Fairclough skiller seg fra poststrukturalistisk diskursteori i og med at han begir seg ut på teori- og metodebygging med sikte på empirisk forskning på språkbruk i sosiale situasjoner (Jørgensen & Phillips, 1999). Fairclough ønsker å gjøre systematiske analyser av konkret talte og skriftspråk i for eksempel massemedier eller i egne intervjuer. Dette er med på å skille kritisk diskursanalyse (KDA) fra diskursteori og diskurspsykologi, og det er også avgjørende for hvorfor KDA passer til mitt prosjekt. Et problem om man aksepterer at virkeligheten er sosialt skapt og at sannheter blir produsert av diskurser, er imidlertid

hvordan man da skal argumentere for ens egen oppfatning av verden. Hvorfor er min oppfatning den som er sann? Dette blir kalt refleksivitetsproblematikken, og filosofisk sett er det et uløselig problem (Jørgensen & Phillips, 1999). Om man aksepterer det sosialkonstruktivistiske premiss, at alt er sosialt konstruert, må man også akseptere at enhver representasjon av verden er én av mange mulige. Et annet poeng er at når man selv er en del av en diskurs, kan det være vanskelig å se den som nettopp det; en sosialt konstruert virkelighet som *kunne vært annerledes*. Dette gir også en pekepinn på metodiske spørsmål angående oppgavens validitet – for hvordan kan man med et slikt sosialkonstruktivistisk utgangspunkt argumentere for om undersøkelsen er god eller ikke? Dette går jeg nærmere inn på i kapitlet om styrker og svakheter ved kritisk diskursanalyse i kap 2.6.3 *Styrker og svakheter ved kritisk diskursanalyse*.

For å oppsummere kan jeg si at sosialkonstruktivismen erkjenner at verden blir til gjennom hvordan vi snakker om den, den får mening gjennom språket. Ved å analysere språket i bruk kan man dermed få et innblikk i hvordan sosiale virkeligheter blir til. Man kan si at sosialkonstruktivismens prosjekt er å observere og beskrive det som ikke er umiddelbart tilgjengelig (Hitching et al., 2011). I analysene vil jeg forsøke å distansere meg fra diskursene, for å ”vise dem som de er”, men samtidig vil en diskursteoretiker si at det ikke finnes noe håp om å komme fullstendig ut av diskursene og kunne fortelle en udiskuterbar ”sannhet”. En diskursteoretiker vil mene at også ”sannheten” er en diskursiv konstruksjon (Laclau & Mouffe, 2010). Folk forholder seg til kulturelt konstruerte måter å snakke om bestemte temaer på (Hitching et al., 2011). Når redaktørene i UTE skriver om friluftsliv så gjøres altså dette på én måte framfor en annen.

2.4 Kritisk diskursanalyse

Kritisk diskursanalyse (KDA) er heller ikke en enhetlig skole, men en fellesbetegnelse på forskning som deler en rekke teoretiske grunnantakelser og trekker på mange av de samme tilnærmingene og metodene. Grue (2011:12) beskriver tilnærmingen som ”*en forskningsretning som har som ambisjon å beskrive, forklare og kritisere språkbruk som tilslører eller dekker over problematiske samfunnsforhold*”. Hovedsaken ut i fra Grues fremstilling er at KDA først og fremst handler om å synliggjøre perspektiver, og å vise at språklige fremstillinger av virkeligheten aldri er helt nøytrale. Dette vil også være hovedfokus i min analyse. Jørgensen & Phillips (1999) skriver at KDA egner seg til

undersøkelser av kommunikasjonsprosesser i forskjellige sosiale sammenhenger, i forhold til bredere samfunnsmessige og kulturelle utviklingstendenser. Ut i fra disse beskrivelsene blir det tydelig at KDA gjerne handler om overordnede og sentrale samfunnsspørsmål på makronivå, noe som imidlertid ikke vil være tilfellet med denne oppgaven. Ambisjonsnivået mitt er litt lavere; hovedsaken er at jeg vil se hvordan språket i lederartiklene i UTE uttrykker sider ved utviklingen av friluftslivet i Norge. Nilsen (2011) skriver at KDA i vid forstand innebærer å åpne tekster og beskrive noen underliggende og typiske mønster i måten man skaper mening på. Jørgensen & Phillips (1999:72) mener at Norman Faircloughs tilnærming til den kritisk-analytiske retningen er den som er mest utviklet teori- og metodemessig i forhold til forskning på kommunikasjon, kultur og samfunn. Tilnærmingen går ut på hvordan språk og samfunn påvirker hverandre (Grue, 2011). Den er også egnet fordi den består av noen metodologiske retningslinjer og til dels spesifikke teknikker til språkanalyse (Jørgensen & Phillips, 1999). Fairclough har kritisert samfunnsvitenskapelige teoretikere for ikke å gå mer konkret til verks i å analysere spesifikke tekster. Han mener det er på sin plass med en form for diskursanalyse som kombinerer elementer fra sosial og kulturell analyse med elementer fra lingvistikk og språk for å gjøre tekstnære tekstanalyser (Fairclough, 1992). Hans KDA er et forsøk på å forbedre tidligere tilganger som har gjort et forsøk på dette (Fowler et. al., 1979; Kress & Hodge, 1979; Pêcheux, 1982, sitert i Fairclough, 2008). Fairclough (2001) kaller tilgangen ”kritisk”, fordi han mener vi må anerkjenne at vår sosiale praksis generelt og vår språkbruk spesielt, er bundet opp av en kausalitet som vi under normale omstendigheter ikke er oppmerksomme på. Fairclough mener det finnes maktrelasjoner mellom grupper av mennesker som vi stort sett ser på som helt naturlig eller ”common sense”. Han forteller at det også er slik at disse praksisene er ekstra vanskelige å få øye på for de som er involverte i dem, og at de ideologiske antakelser og maktrelasjoner som ligger under praksisene, normalt er usynlige og bidrar til å opprettholde maktrelasjonene.

Hitching, Nilsen & Veum (2011) nevner at når man skal gjøre en KDA er det ikke alltid hensiktsmessig eller mulig å sette opp en ferdig utarbeidet oppskrift på forhånd. Jeg har imidlertid valgt å bruke Faircloughs tredimensjonale modell som et overordnet rammeverk for prosjektet. Også Grue (2011) sier at KDA kan sees på et rammeverk, og at hovedsaken er å se på språket som et uttrykk for og en påvirkningskraft innen samfunnsutviklingen. KDA fokuserer særlig på forandringer som foregår i det moderne

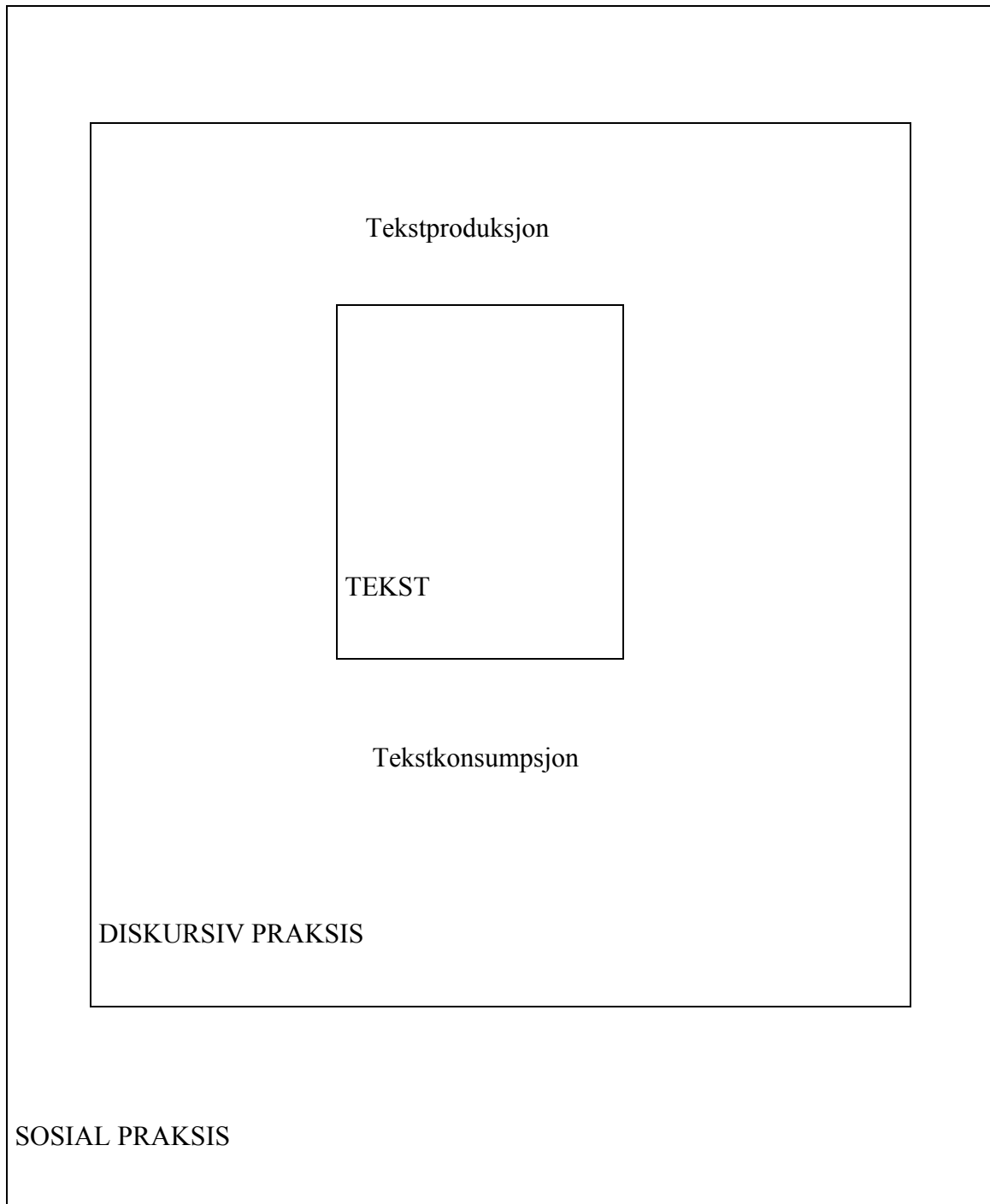
samfunnsliv og hvordan språket fungerer innenfor disse forandningsprosessene (Fairclough, 2008). Det sentrale målet med en kritisk diskursanalyse er å kartlegge forbindelsene mellom språkbruk og sosial praksis (Fairclough, 1992).

2.5 Den tredimensjonale modellen

I en analyse av en konkret tekst sies det innen diskursanalyse at jeg som mottaker er aktiv i fortolkningsprosessen – men hva som gir mening for meg, kan oppfattes helt forskjellig for en annen. På grunn av dette må ha det klart for meg hvordan jeg setter grensene for én diskurs og den neste. Dette er også, som tidligere nevnt, et teoretisk problem som ingen av tilgangene gir noe godt svar på. Det som vil være lurt, og som også Jørgensen & Phillips (1999) nevner, er å i høyere grad se på diskurs som et analytisk begrep. Også Grue (2012) foreslår dette, å oppfatte en diskurs mer som noe jeg som forsker konstruerer, mer enn at det er en slags naturlig avgrensning som finnes i virkeligheten. Det vil si at jeg som forsker må sette noen grenser for å skape en ramme rundt min undersøkelse, og derfor gjøre avgrensninger strategisk i forhold til forskningsformålet. Jørgensen & Phillips (1999) foreslår at man finner fram til en gjeldende diskursorden, som kan sette rammene for den konkrete diskursanalysen. De definerer en diskursorden som ”forskjellige diskurser som delvis dekker samme terreng, som de konkurrerer med å innholdsutfylle på hver deres måte” (Jørgensen & Phillips, 1999:147). Man kan derfor velge å kalle ”det norske friluftslivet i dag” for en diskursorden. Jeg har imidlertid brukt begrepet ”den norske friluftslivsdiskursen”.

Den tredimensjonale modellen bygger på forskjellige verker av Fairclough, og i disse har også begrepene som hører med litt skiftende betydning. Mange har også vært vanskelig å oversette til norsk. Det blir imidlertid understreket både av Jørgensen & Phillips (1999), Hitching et. al., (2011) og Grue (2011; 2012) at det er nødvendig å tilpasse modellen til sitt forskningsprosjekt og forstå den på sin egen måte. Derfor understreker jeg at dette er min forståelse av modellen, med bakgrunn i disse verkene av Fairclough: *Discourse and Social Change* (1992), *Language and Power* (1995) og *Critical Discourse analysis: the critical study of language* (2010). Modellen tar utgangspunkt i at man skal analysere tekster på bakgrunn av hvilke ideologiske aktører som har skrevet dem, hva slags publikum de er ment for, og hvilken rolle de spiller i samfunnet. Enkelt sagt gir modellen en oversikt over forholdet mellom tekst og kontekst (Grue, 2011). Poenget er at forbindelsen mellom diskursiv praksis (tekst og kontekst) og

sosial praksis (sosiokulturell forandring og utvikling) påvirker hverandre og går begge veier. I boka *Discourse and Social Change* (Fairclough, 1992) understreker Fairclough at modellen kan fungere med flere forskjellige fokuspunkter. Man kan for eksempel velge å fokusere på diskursiv praksis, enten på tekstproduksjonsprosesser eller tekstkonsumpsjonsprosesser, eller man kan alternativt velge å fokusere mer på selve teksten. I eksempelet Fairclough gir i boka velger han å fokusere på lingvistisk analyse av tekster og sosiokulturell analyse, og dette fokuset har også jeg valgt. Det vil være naturlig å fokusere på selve tekstene, og ikke på produksjons og konsumpsjonsprosesser. Dette gir seg selv, da det er begrenset hvor mye jeg kunne fått ut av å analysere disse to prosessene.



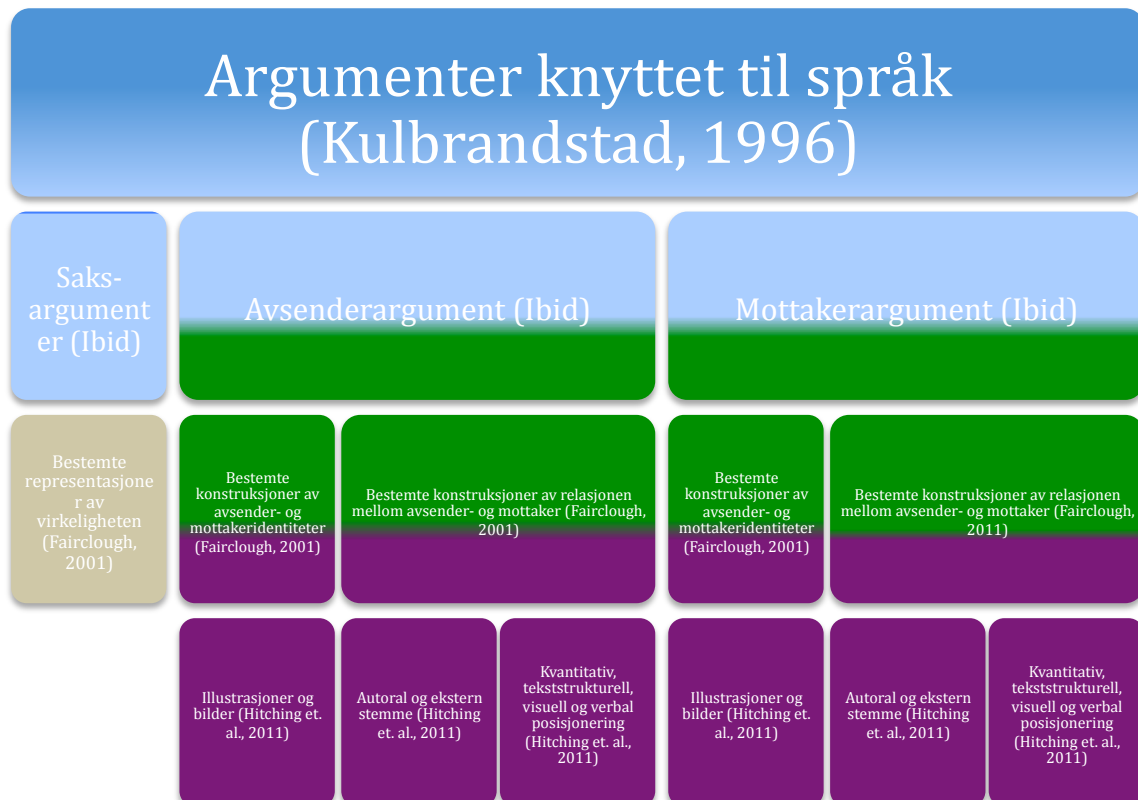
Figur 1: Faircloughs tredimensjonale modell for kritisk diskursanalyse (Fairclough, 1992a, sitert i Jørgensen & Phillips, 2010:81).

2.5.1 Tekst og bilde

Det er en fordel å utarbeide en tekstanalytisk modell som gjør det mulig å analysere alle tekstene i utvalget på så å si samme måte (Hitching, Nilsen & Veum, 2011).

Analysekategoriene i modellen må forskeren utforme på grunnlag av hele det konkrete tekstmaterialet som skal analyseres (Hitching et. al., 2011). Grue (2012) forteller at det dessverre skorter på spesifikke tips i forhold til framgangsmåter for den konkrete tekstuelle analysen innen KDA, til tross for at det sies Fairclough har en ”verktøykasse for lingvistisk analyse” (Jørgensen & Phillips, 1999). Grue tipser derfor om å se hvilke grep som er tatt i andre analyser og velge de grepene som er mest relevante. Han anbefaler også å se hvordan en tekstanalyse gjøres i grunnbøker om temaet, og understreker at KDA i mange henseender er en sosialt bevisst vanlig tekstanalyse. Den mest konkrete framgangsmåten jeg finner i litteraturen er i boka ”Language and Power” (Fairclough, 2001). Fairclough presenterer her et forslag til en tekstanalyse som er delt inn i grammatikk og vokabular, men denne inndelingen skilr på mange måter over i hverandre. Fairclough understreker at denne prosedyren er et forslag til én prosedyre, en slags guide, og at den må leses som det og ikke som den beste løsningen på hvordan det skal være. Noe vil være irrelevant og kanskje overdelt for noen, mens for en lingvist kan det i motsatt fall bli for snevert (Fairclough, 2001). Jeg tolker dette som at Fairclough nok en gang vil påpeke at det er nødvendig å tilpasse metoden til sitt prosjekt og sitt datamateriale. Han skriver at framgangsmåten kan hjelpe personer som ikke er utdannet lingvister eller har en bakgrunn med språkanalyser, kan få hjelp til en bedre forståelse for hvordan en analyse kan gjøres. Grue (2012) mener at grunnen til at det skorter på konkrete framgangsmåter nettopp kan være at de fleste innen feltet har en lingvistisk bakgrunn, og dermed ikke selv har hatt behov for å lage en mer konkret framgangsmåte.

Analysen vil derfor følge en framgangsmåte jeg har satt sammen selv, med bakgrunn i bøkene *Mellom linjene: tekstkunnskap for den videregående skolen* (Kulbrandstad, 1996), *Language and Power* (Fairclough, 2001), *Diskursanalyse i praksis. Metode og analyse* (Hitching, Nilsen & Veum, 2011) og *Kritisk diskursanalyse* (Grue, 2011).



Figur 2: En forenklet fremstilling av tekstanalysens prosess. Fargene indikerer hvilke bokser som hører sammen.

En lederartikkel er gjerne argumenterende i formen. Jeg har derfor valgt å følge Kulbrandstads (1996) forslag om å skille mellom *argumenter knyttet til sak*, *argumenter knyttet til avsender*, *argumenter knyttet til mottaker*, og *argumenter knyttet til språk*. Jeg har imidlertid valgt å sortere de tre første under den siste; altså argumenter knyttet til språk. Språket, som er det sentrale i analysen, vil altså stå som en overordnet boks hvor de tre andre sorterer inn under.

Fairclough (2001) mener at en tekst har tre hovedfunksjoner, og at man i analysen derfor kan fokusere på disse og deres underpunkter:

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

- Hvilket perspektiv skrives det fra? Terrorist eller frihetsforkjemper?
- Hvilke ord brukes?
- Finnes det ord som er omstridt ideologisk sett? Ord som kan representere en bestemt ideologi?

- Ords konnotasjoner: sekundær betydning/bibetydning. Er disse valgt tilfeldig?
- Er det ord som har samme meningsinnhold? For eksempel sykling - friluftsliv
- ”Naturaliserte” ord? Finnes det en annen måte å se saken på?
- Metaforer: ulike metaforer gir ulike assosiasjoner og dermed har de også ulike ideologiske vedheng
- Synonymer/gjentakelser: ”Overwording shows preoccupation with some aspect of reality – which may indicate that it is a focus of ideological struggle” (Fairclough, 2001:96). Kan synonymene bytte plass uten at det gjør så stor forskjell?
- Antonymer: ord med motsatt mening, for eksempel mann og kvinne
- Hyponymer: ord som inkluderes i meningen til andre ord, for eksempel totalitær og fascisme.
- Ord for å understreke logiske koblinger: fordi, da, ettersom, siden, ergo, på grunn av, derfor er det naturlig at
- Ironi – for å markere avstand. Kan få synspunkter til å virke latterlige og urimelige, og kan samtidig gjøre narr av de som støtter synspunktet.
- Hva er utelatt? Er de viktigste argumentene med eller er noen utelatt til fordel for forfatterens egen mening?

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

- Hvordan skaper ordbruken sosiale bånd og forhold? Ords uttrykksverdi kan spille en viktig rolle i tekster som er ment å overtale (Fairclough, 2001)
- Finnes det ord som viser forfatterens subjektive verdier og sosiale identitet?
- Hvilke deltakere dominerer?
- Pluss- og minusord, pluss- og minussetninger: Hvilke ord tror forfatteren vil skape positive følelser og vurderinger hos leseren? Plussord og minusord kan i realiteten fungere som argumenter for og imot, tenk for eksempel på ord som forbruk, sløsing eller investering.
- Formelt/uformelt
- Status/posisjon
- Bruk av fremmedord eller valg av et mer konvensjonelt språk for å heve seg opp et nivå og på denne måten uttrykke autoritet og dermed makt
- Forfatterens etos

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

- Den relasjonelle modaliteten: Er det viktige tilfeller av relasjonell modalitet? Modaliteten har å gjøre med forfatterens autoritet. Relasjonell modalitet vil si forholdet mellom avsender og mottaker
- Viktige tilfeller av ekspressiv modalitet. Ekspressiv modalitet vil si forholdet mellom avsenderen og han/hennes forhold til sannheten eller en presentasjon av virkeligheten. Man kan bedre få øye på dette ved hjelp av modale hjelpeverb, slike som burde, kanskje, må, skulle, kan, kan ikke og så videre, eller ulike utsagnsverb som uttale, opplyse, forklare, slå fast, hevde, påstå, mene, insistere, understreke. Er maktforholdet implisitt?
- Utsagnsverb
- Hvilke modus blir brukt? Forklarende, informerende eller imperativ form? Både å spørre og å gi informasjon er måter å vise autoritet eller makt
- Hvilke pronomensformer blir brukt? Vi, du, meg, deg, jeg, de, dere og så videre. Direkte adressering er særlig mye brukt i reklame, for å be folk om å gjøre slik eller sånn eller for å vise solidaritet og skape et fellesskap: ”Vi må stå sammen, vi må lenke oss fast og ikke gi oss før vi blir båret vekk av politiet”
- Spørresetninger/informasjon som blir gitt?
- Skapes det et fellesskap mellom avsender og mottaker?

Jeg har valgt å sortere disse tre aspektene inn under Kulbrandstads tre bokser, som tidligere nevnt igjen er sortert under hovedboksen ”språk”. Disse var ”argumenter knyttet til sak”, ”argumenter knyttet til avsender” og ”argumenter knyttet til mottaker”. Faircloughs (2001) ”bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter” og ”bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker” går imidlertid inn under begge de to boksene.

Hitching, Nilsen & Veum (2011) foreslår å dele inn stemmestrukturen i en tekst mellom den autorale og den eksterne stemmen, og skiller mellom kvantitativ, tekststrukturell, visuell og verbal posisjonering. Dette er gode begreper som kan være med å gjøre det hele mer ryddig. Den autorale stemmen vil si bladets egen, mens den eksterne vil si kilder bladet referer, siterer eller henviser til. Kvantitativ posisjonering vil si at visse stemmer får mer plass i teksten enn andre. Tekststrukturell posisjonering vil si at noen

stemmer bli gitt forrang framfor andre gjennom å for eksempel bli løftet fram i overskrifter, bildetekster, ingresser eller lignende. Visuell posisjonering kan for eksempel være størrelsen på overskrifter. Verbal posisjonering kan være at den autorale stemmen signaliserer ulik grad av sikkerhet i forhold til det budskapet som presenteres. Jeg vil si at disse begrepene dreier seg om den relasjonelle og den ekspressive modaliteten, og at de derfor hører inn under Faircloughs boks om ”bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker”. Hitching et. al. (2011) nevner også at man kan se etter ulike modalverb og adverb i jakten på modaliteten i teksten, noe jeg også vil benytte meg av. Disse kan brukes til å nyansere og moderere påstander, og den gir en pekepinn på om avsenderen er villig til å forhandle med alternative syn og oppfatninger. Slike ord kan være av typen kanskje, sannsynligvis, visstnok og muligens, eller ved for eksempel å sette spørsmålsteget eller bruke formuleringer som ”skulle han padlet i Glomma i stedet”.

Alle analysene vil dermed bli gjort på følgende måte, og i denne bestemte rekkefølgen:

1. Presentasjon av teksten

- Tittel
- Forfatter
- År/nummer

2. Førsteintrykk

Lese artikkelen for første gang, sakte og konsentrert. Lage et tankekart og skrive ned umiddelbare tanker, følelser og spørsmål som dukker opp.

3. Nærlesing

- Lese linje for linje
- Er det noen avsnitt som er mer interessante enn andre?
- Nummerere linjene: *5:5 vil si avsnitt fem, linje fem.*
- Skrive ned tanker og assosiasjoner ut i fra Faircloughs (2001) tanker om hva som er en teksts tre hovedfunksjoner

Målet med kritisk tekstanalyse er å vise hvordan en tekst aldri er en nøytral gjengivelse av et på forhånd gitt saksforhold, men alltid både er bestemt av den sosiale sammenhengen den inngår i, og bestemmende for denne sammenhengen (Mancini, 1988:132, Wolf, 1988:138, gjengitt i Svennevig, Sandvik & Vagle, 1995). Man kan si at dette er grunnlaget for all tekstanalyse.

Bildeanalyse

Fairclough omtaler ”diskurs” først og fremst som talt eller skrevet språk, men han forteller at han også ønsker å utvide begrepet til også å inkludere andre sosiale aktiviteter som produserer mening, som bilder, film, video og nonverbal kommunikasjon (Fairclough, 2008). Hver lederartikkel er supplert med et bilde, og for å analysere bildene har jeg brukt de fem første stegene i ”bildeanalysens lille snarvei”, slik det er foreslått av Nordström i boka ”Bildespråk og bildeanalyse” (1983). Disse er:

1. Hva forestiller bildet? 2. Hvordan er det bygget opp? 3. Hvem henvender bildet seg til? 4. Hvem er avsenderen? 5. Hvilken hensikt har bildet?

Spørsmål tre og fire blir besvart i kapitlet som handler diskursiv praksis.

Hitching et. al. (2011) forteller også at illustrasjoner og bilder kan være med på å styrke tekstene sitt inntrykk av troverdighet og relasjoner til virkeligheten. Et fotografi kan fungere retorisk fordi det kan bli brukt til å dokumentere og dermed argumentere for at noe er eller var på en viss måte. For eksempel var Sunde Kolderup i friskt høstvær på Hardangervidda, fikk perspektiv på livet og tenkt seg om. Dette vil jeg ta med i bildeanalysen, og jeg synes dette sorterer under Faircloughs boks ”bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter”. Jeg har også valgt å følge Grues (2011) forslag om å dele inn i tema, hovedsynspunkt og budskap, å konsentrere meg mer om enkelte avsnitt og å problematisere begreper. Sistnevnte havner naturlig nok under Faircloughs boks ”bestemte representasjoner av virkeligheten”.

2.5.2 Diskursiv praksis

Med diskursiv praksis mener Fairclough først og fremst tekstproduksjons- og konsumpsjonsprosesser. Forbindelsen mellom tekst og sosial praksis sees på som mediert av den diskursive praksisen (Fairclough, 2008). Jeg tolker tekstkonsumpsjon som at dette har å gjøre med hvordan leserne leser artiklene og om hvem de er. Dette har da å gjøre med hver enkelt lesers forståelseshorisont, hvem som er målgruppen. Jeg er selv midt i målgruppen, så dette blir også gjort rede for i kapittel 2.2 *Førforståelse*. I produksjonsprosessen av artiklene kan man anta at også andre i redaksjonen har et ord med i laget, og at teksten slik sett går igjennom flere ledd før den kommer på trykk. Det vil derfor være flere i redaksjonen som er med på å påvirke produktet – noe som også vil gagne redaksjonen når en lederartikkels natur er å reflektere redaksjonens mening. Fairclough (2001) sier at det for diskursanalytikeren er viktig å undersøke hvilken status og rolle de aktuelle tekstene har innenfor den institusjonen eller sosiale praksisen man studerer (Fairclough, 2001). Jeg tolker det som at tekstproduksjons- og tekstkonsumpsjonsprosessene er en del av konteksten rundt UTE. At språk, tekster og sosiale handlinger må studeres med utgangspunkt i den aktuelle sosiale sammenhengen, har fått metodologiske konsekvenser ved at kontekst i dag er en integrert del av all moderne tekst- og diskursanalyse. I en konkret analyse er det imidlertid en utfordring å avgjøre hva som skal forstås som relevant kontekst. Den amerikanske diskursanalytikeren Gee (2003, sitert i Hitching et. al., 2011) kaller dette ”the frame problem”. I følge Gee er dette et uløselig problem, i den forstand at forskeren aldri vil kunne utforske alle vesentlige aspekter ved konteksten. Det er altså vanskelig som diskursanalytiker å avgjøre hvilke sider ved konteksten som er relevante for utviklingen av meningsskapingen i de tekstene man studerer. Jeg har valgt å ta for meg den umiddelbare sammenhengen hvor den kommunikative handlingen finner sted, altså selve bladet UTE, og hvilken rolle bladet har i en mer overordnet sosiokulturell sammenheng, som jeg tolker som alt rundt bladet som er med på å bestemme posisjonen det har i friluftslivet i Norge.

2.5.3 Sosial praksis

Mange aspekter av sosiokulturell praksis kan inngå i KDA, - og det kan være nyttig å gjøre et overordnet skille mellom tre forskjellige (Fairclough, 1992). Disse er vanligvis det økonomiske, det politiske og det kulturelle. Fairclough understreker også at man i analysen av sosial praksis kan velge hva man vil fokusere på, ut i fra hva man har kommet fram til i analysen av diskursiv praksis (Fairclough, 1992). Dette vil også være naturlig å gjøre for min del, da å bestemme seg for et fokuspunkt på forhånd ville ha fått konsekvenser for min egen tankegang underveis analysen. Kapitlet om sosial praksis vil ha form som en videre tolkning ut i fra analyseresultatene av sosial praksis.

2.6 Andre metodiske valg

2.6.1 Utvalg

Jeg valgte å ta for meg friluftsmagasinet UTE på bakgrunn av redaksjonens uttrykte målsetting om å nå ut til en bred lesergruppe, og representere alle former for friluftsliv (Sunde Kolderup, 2008). At bladet var det friluftslivsmagasinet med størst økning i antall lesere i 2011, bidro også til dette valget (Norsk medieindeks, 2012). For å utvikle en strategi for hvordan jeg skulle velge ut lederartiklene jeg skulle analysere, gjennomførte jeg først en pilotstudie. Jeg leste gjennom alle utgavene i perioden 2008-2012, for å gjøre en grov kartlegging av hvilke temaer som preget artiklene. Jeg gjorde så et strategisk utvalg på bakgrunn av dette, som vil si at jeg valgte ut artiklene som var mest hensiktsmessige i forhold til problemstillingen. Her var det viktig med et godt bakgrunnsarbeid, slik at jeg hadde et bedre grunnlag for å kartlegge mulige diskurser. Jeg valgte å ta for meg bladet fra året det ble kjøpt opp av Fri Flyt AS, da dette ville være interessant for konteksten og bladets posisjon i friluftslivet i Norge. Et annet aspekt ved dette utvalget var at jeg ønsket å gjøre detaljerte tekstanalyser, og dermed kunne ikke tekstkorpuset være for stort – dette ville blitt for omfattende. Problemet med et mindre utvalg er imidlertid faren for å overtolke og overgeneralisere. For å kompensere for dette har jeg støttet meg på funn fra relevant forskning og faglitteratur.

2.6.2 Etikk

En forsker skal handle og skrive etisk (Thagaard, 2003). At UTE er et offentlig magasin gjør de etiske overveielserne færre og mindre problematiske. Det viktige er at jeg ikke på noen måte krenker redaktørene som har skrevet lederartiklene, men at jeg fokuserer på tekstene. Jeg er interessert i hva *teksten* sier om temaet i den aktuelle artikkelen, ikke *avsenderen*. Dette betyr likevel ikke at tekstens *etos* ikke er viktig. Det har også mye å si at jeg gjør rede for mitt faglige ståsted, min førforståelse og relevant teori, slik at de som leser oppgaven bedre kan forstå grunnlaget for mine fortolkninger.

2.6.3 Styrker og svakheter ved kritisk diskursanalyse

Diskursanalyse er som tidligere nevnt et begrep som brukes på mange forskjellige måter i ulike sammenhenger. Diskursanalytiske tilnærminger er ofte karakterisert som tverrfaglige og lite homogene, og de åpner for tverrfaglighet både metodisk og teoretisk. Dette kan både være en styrke og en svakhet. Jeg har understreket nødvendigheten av å bygge opp sin egen pakke og framgangsmåte (Grue, 2011;2012), noe som kan være til hjelp, men samtidig veldig utfordrende. Et annet aspekt er den manglende konkretiseringen av hvordan tekstanalysen skal foregå, på grunn av at KDA stort sett har blitt brukt av drevne lingvister (Grue, 2012). Fairclough (2008) gjør også selv oppmerksom på hvordan han ”ikke har noe til overs for begrepet ”metode”, noe som i seg selv gir en pekepinn på at KDA kan gi utfordringer i så måte. Faircloughs tredimensjonale modell er blitt kritisert på grunn av at han opprinnelig gjør et skille mellom beskrivelse og kritiske tolkning av tekstene (Hitching et. al., 2011). Dette opplevde jeg også selv som utfordrende, men løste det ved å benytte meg av rådene om å ”bygge opp min egen verktøykasse”, som gjorde at fremgangsmåten i analysen av lederartiklene var så konkret som mulig, og lik for alle analysene, for så å følge opp videre tanker i en drøftingsdel. Kritikerne hevder imidlertid at det er umulig å analysere en diskurs på en nøytral måte, samtidig som man skal framstå som kritisk (Widdowson, 2004;1995, sitert i Hitching et. al., 2011). I tillegg mener professor i diskursstudier ved Lancaster University, Ruth Wodak (2006, sitert i Hitching et. al., 2011) at det innen kritisk diskursanalyse er umulig å være helt nøytral, så lenge det er slik at analysen i utgangspunktet stammer fra et mer eller mindre definert forskingsspørsmål eller tema, som igjen har blitt til ut i fra forskerens interesser og verdier. Et annet poeng er at det innen kritisk diskursanalyse ofte er slik at forskeren har et overordnet og mer idealistisk mål om at analysene skal kunne bidra til å endre eksisterende sosiale praksiser og relasjoner (Hitching et. al., 2011). Dermed er det nokså åpenbart at forskeren tar med seg et sett av verdier, fortolkningsrammer og holdninger inn i forskningsprosjektet. Derfor er det ekstra viktig, ut i fra et metodisk perspektiv, at man som forsker i analyseprosessen i størst mulig grad er eksplisitt, bevisst og tydelig på sin egen bakgrunnskunnskap og hvilket verdisyn og holdninger man har til det fenomenet man vil studere.

Man kan også spørre seg for hvordan man kan avgjøre om en undersøkelse er god eller ikke når den har et sosialkonstruktivistisk utgangspunkt. I analysene vil jeg forsøke å

distansere meg fra diskursene, for å ”vise dem som de er”, men samtidig vil en diskursteoretiker si at det ikke finnes noe håp om å komme fullstendig ut av diskursene og kunne fortelle en udiskuterbar ”sannhet”. En diskursteoretiker vil mene at også ”sannheten” er en diskursiv konstruksjon (Laclau & Mouffe, 2010). Folk forholder seg til kulturelt konstruerte måter å snakke om bestemte temaer på (Hitching et al., 2011). Når redaktørene i UTE skriver om friluftsliv så gjøres altså dette på én måte framfor en annen. Man kan jo mene hva man vil om sin egen virkelighet, og dermed være kritisk den vei det passer seg.

Validiteten av undersøkelsen jeg har gjort kan beskrives ut i fra det abduktive. Den kunnskapen jeg kommer fram til kan ikke betraktes som sikker i positivistisk forstand fordi all subjektivitet er borte, men den må heller betraktes som kvalifiserte antakelser og hypoteser om det jeg har undersøkt (Svennevig, 2001, sitert i Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Det er også viktig at jeg forklarer hvordan jeg har kommet fram til de fortolkninger jeg presenterer som funn. Om dette blir gjort på en ordentlig måte, kan også andre forstå og etterprøve fortolkningene som ligger til grunn for mine resultater.

3. Analyse

3.1 Tekstene

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Velkommen til UTE

Utgivelsesår/nummer: 2008/4

Forfatter: Trygve Sunde Kolderup

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Dette er Kolderups første lederartikkel som nyansatt redaktør for UTE. Ved at situasjonskonteksten blir lagt til Hallingskeid, en ubetjent turistforeningshytte på Hardangervidda, viser Kolderup en tilhørighet til det folkelige, tradisjonsrike, enkle turfriluftslivet. Hallingskeid ligger i et familievennlig og godt tilrettelagt turområde. Leserne får også vite at Kolderup har brukt sommeren til å delta på klatrekurs og å løpe orientering. Han har lyst til å lære å klatre, og synes kurs er en fin måte å gjøre det på. Klatringen viser en interesse for ”det ekstreme friluftslivet”. Orienteringsløpingen viser at Kolderup har allsidige friluftslivsinteresser og liker å løpe i skog og mark, bruke kart og kompass og er opptatt av å holde seg i form. Kolderup har også lest polarbøker, og han drømmer om å krysse Grønland på ski, med andre ord drømmer han om å gå langt og hardt på ski i Nansens spor. Han viser med dette også en tilhørighet til denne typen friluftsliv, og skaper et bånd mellom seg selv og de gamle polarheltene. Kolderup har også meldt seg på et kurs i friluftslivsjournalistikk, og viser dermed at han tar jobben sin seriøst og har lyst til å bli en bedre journalist. Perspektivet det skrives fra passer dermed sagt for alle: et tradisjonelt og familievennlig perspektiv, et ekstremt perspektiv med klatring, et ekstremt perspektiv med polferd og et sporty perspektiv med orientering. Kolderup viser seg som en redaktør med en interesse for et bredt spekter av friluftslivsaktiviteter, samtidig som han henvender seg til en bred leserkrets.

Ord man kan anta forfatteren anser som plussord, og som han regner med vil skape positive følelser og vurderinger hos leserne er *Hallingskeid, klatrekurs, orientering, polarbøker, Grønland, Afrika, Himalaya, Arktis, Besseggen, Uganda og Buadalsbrotet*.

Kolderup drømmer og turmål i Afrika, Himalaya eller Arktis. Dette gir et inntrykk av at turdrømmene handler om å reise langt vekk til fjerne og eksotiske steder. Dette blir en slags motsigelse til at han forteller at det er så mange fine naturopplevelser i Norge og i nærmiljøet. Ordet kurs blir nevnt til sammen fem ganger i artikkelen. Kolderup har brukt sommeren til å gå på klatrekurs, og han tenker tilbake på et kurs i friluftslivsjournalistikk. Personlige pronomen som *jeg, meg, og vi* blir nevnt 30 ganger. Kolderup vil nok bruke sin første lederartikkel til å presentere seg selv, og på denne måten styrke sitt etos. Personlige pronomen som *du og dere* og en henvendelse til leseren i en personlig du-form blir gjort 15 ganger. Kolderup bruker antonymene *tidløs og trendy, utstyrskrevene og enkel, ekstrem eller familievennlig, fjern eller nær*. Tre av dem fungerer, men jeg legger merke til at teksten lager et så sterkt skille mellom *ekstrem og familievennlig*.

Kolderup skriver at han hadde lyst til å skrive om å gå på klatrekurs, løpe orientering og å krysse Grønland på ski. *Derfor* meldte han seg på et kurs i friluftsjournalistikk. Her bruker han det adverbiale uttrykket *derfor* til å understreke den logiske overgangen mellom å ville skrive om disse tingene og å dra på kurs for å lære det. Dette gjentar seg i 4:6: ”Du skal få nyttige tips til aktiviteter der du bor, men også næring til drømmene. Noen ganger vil UTE *derfor* ha reportasjer fra fjerne turmål i Afrika, Himalaya eller Arktis. Kolderup setter her likhetstegn mellom drømmer og fjerne turmål i Afrika, Himalaya eller Arktis. Ved å bruke språket på denne måten vil det for leseren virke som om det er logisk at en turdrøm handler om å dra til disse eksotiske stedene. Kolderup skriver også at UTE, i motsetning til andre blader som skriver om friluftsliv ikke er tilknyttet en stor organisasjon og *derfor* kan skrive reportasjer fra alle slags steder fritt og uavhengig. Igjen blir det adverbiale uttrykket *derfor* brukt til å understreke hva Kolderup mener er en logisk slutning; at UTE kan skrive reportasjer fra alle slags steder fordi bladet er fritt og uavhengig, underforstått noe alle andre friluftslivsblader ikke er.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Deltakerne som dominerer er forfatteren Kolderup, redaksjonen i UTE og bladet som helhet, samt mottakeren. Man kan putte Kolderup, ”vi” og ”UTE” sammen som den autorale stemmen (Hitching et. al., 2011). Kolderup bruker ved ett tilfelle også pronomensformene *jeg*, *vi*, og *du* til å sette likhetstegn mellom aktiviteter og sider ved friluftslivet som han synes er viktige, og hva han forventer at vi som lesere synes er viktige. 2:4: ”..å inspirere og løfte fram aktiviteter og sider av friluftslivet som jeg mener er viktig” og 3:5: ”Vi skal ha store temasaker om ting vi tror du synes er viktig”.

Kolderup styrker sitt etos på mange måter i denne artikkelen. Han forteller mye om seg selv, og personlige pronomener som viser tilbake til ham selv blir nevnt 30 ganger i teksten. I tillegg til at han som tidligere nevnt forteller at han har deltatt på kurs i friluftslivsjournalistikk på Hallingskeid, gått på klatrekurs, løpt orientering og lest polarbøker, får vi også vite at han de siste ti årene har forsøkt å være så mye som mulig på tur, at han har jobbet i seks år i redaksjonen til FriFlyt og at han har skrevet en topturbok. Han synes at å være redaktør i UTE er en drømmejobb fordi han har lyst til å inspirere og løfte fram aktiviteter og sider ved friluftslivet som han mener er viktige.. Kolderup understreker at lederartikkelen står for hele redaksjonen og bladets regning, og styrker samtidig sin autoritet ved å bruke *vi* som personlig pronomener, eller skrive ”UTE mener at..”. Ved å ta dette grepet drar Kolderup nytte av etos – gjennom å representere UTE som redaktør får Kolderup autoritet, og man kan at den autorale stemmen på denne måten blir styrket (Hitching et. al., 2011). Kolderup vil gjerne fremstå med mest mulig tyngde, og dette er nok også grunnen til at han forteller såpass mye om seg selv. Han får vist at han har bred jobberfaring, at han har vært mye på tur, at han liker å holde seg i form og at han setter pris på mange ulike former for friluftsliv. Kolderup bruker altså seg selv som eksempel, og understreker dermed poenget sitt med at UTE skal være for alle. Disse situasjonskontekstene danner en fin ramme rundt artikkelen. Ved å nevne disse tingene styrker Kolderup sin autoritet direkte. Den blir også indirekte styrket, ved at teksten er direkte og personlig i formen. Ved å skrive at ”..i UTE skal du kunne lese om alle slags friluftsopplevelser” virker dette veldig ærlig og rett fram – noe som får Kolderup til å framstå som en redelig person med høy moral. Når Kolderup bruker pronomeneret *vi* eller skriver *vi i UTE* så er dette også for å overbevise om at det som blir sagt er noe som mange mener. Han vil få fram at det er snakk om et flertall, at han har mange i ryggen. Tankegangen her er at om mange mener det samme, så må det være fornuftig.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Personlige pronomen som *du* og *dere*, som en direkte og personlig henvendelse til leseren blir brukt 15 ganger. Dette personlige forholdet blir ytterligere forsterket, da Kolderup avslutter artikkelen med å oppfordre til å sende ham en personlig mail om det er noe leseren har på hjertet. På denne måten gjør han at leserne får et personlig forhold til bladet, slik at de føler de faktisk kan bidra til hvordan bladet skal være i fremtiden. Et felleskap er skapt: sammen skal vi gjøre UTE til Norges beste friluftslivsblad.

Den autorale stemmen er både forklarende, informerende og har til dels en imperativ form. Mottakerne får mye informasjon om hva Kolderup har gjort før han ble ansatt som redaktør i UTE, og de får informasjon om hva de kan vente seg av bladet. Det blir også forklart hvordan Kolderup har tenkt å gjøre dette, og leserne blir direkte oppfordret til å hjelpe til. Modusene som blir brukt er *jeg, meg, vi, UTE, du, dere og deg* – noe som kan tyde på en bevisst bruk av personlige pronomensformer. Det er veldig tydelig hvordan ordbruken er med på å skape sosiale relasjoner mellom deltakerne. Kolderup er veldig personlig i formen. Siden dette er hans første lederartikkel som redaktør i et nytt blad, vil han naturlig nok på den ene siden presentere seg selv og på den andre siden skape et godt forhold mellom seg selv og leserne.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Denne artikkelen er den første i det nye UTE etter at bladet ble kjøpt opp av FriFlyt AS, og Trygve Sunde Kolderup ble ansatt som redaktør. Man kan si at tekstens tematikk er todelt. For det første handler den om Sunde Kolderup. Han presenterer seg selv og sin bakgrunn gjennom første halvdel av artikkelen. Deretter får vi vite at det er et nytt blad, og resten handler om hva leserne kan forvente seg av bladet fremover.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Vi får vite at Kolderup var på et kurs i friluftslivsjournalistikk på Hallingskeid for ti år siden, og at han der lærte at for å skrive bra om være på tur, så må man selv være mye på tur. Leserne får også vite at Kolderup, i tillegg til å benytte seg av hyttene til Den Norske Turistforening (DNT), også liker å klatre og løpe, at han har jobbet seks år i

redaksjonen til FriFlyt og at han har skrevet en bok om friluftsopplevelser i Norge. Han ønsket sin nåværende redaktørjobb for å inspirere og løfte fram aktiviteter og sider av friluftslivet som han mener er viktig. Det blir også understreket at leserne av UTE skal få lese om alle slags friluftsopplevelser, og at bladet dermed skal være for alle:

”I UTE skal du kunne lese om alle slags friluftsopplevelser. De kan være tidløse eller trendy, utstyrskrevende eller enkle, fjerne eller nære”

Budskap

Budskapet er at bladet ønsker å inspirere folk til å komme seg ut på tur, og at det skal representere alle former for friluftsliv og ulike friluftslivsaktiviteter.

Bildet

Bildet viser artikkelforfatteren på tur. Her er det utøveren som er i fokus, så man kan si at bildet på denne måten gjenspeiler teksten. Kolderup er frisk og rød i kinnene, ser sporty ut og er veldig blid.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Naturlig tilrettelegging

Utgivelsesår/nummer: 2008/5

Forfatter: Trygve Sunde Kolderup

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Perspektivet det skrives fra er fra en bruker av naturen. En som bekymrer seg over at forvaltningsplaner for nasjonalparkene skal bety nye forbud og restriksjoner for aktiviteter som han selv mener ikke er til skade for miljøet. Kolderup bruker ordene *tilrettelegging* og *verdiskaping* som positive ord, og som den naturlige måten å se det på. Minusord som blir brukt er *forbud*, *krav* og *reguleringer*. Kolderup benytter seg kun av ordet *forbud*, i stedet for et mildere uttrykk som reguleringer, som nok er nærmere sannheten. Forbud høres verre ut enn for eksempel ”reguleringer for å sikre at aktiviteter ikke kommer i konflikt med viktige verneformål”. Han mener også at den norske forvaltningen har en oppfatning om at aktivitet i naturen er det samme som nedbryting av naturen. *Tilrettelegging* blir nevnt sju ganger, og er også med i overskriften, noe som er med på å styrke den tekststrukturelle posisjoneringen (Hitching et. al., 2011).

Kolderup gjør også en vending ved å skrive ”for bedre tilrettelegging og flere folk på tur”. Her gjør bruker han ikke et adverbialt uttrykk, men kobler likevel tilrettelegging og flere folk på tur sammen på en måte som gjør at det ser logisk ut at de hører sammen. Viktige argumenter Kolderup kunne nevnt, og dermed forsvart seg mot, er blant annet at terrengsykling og kiting er mer arealkrevende og sliter mer på naturen enn jakt, fiske og turvandring, og at allemannsretten i Norge sikrer bedre muligheter for fri ferdsel i verneområder enn i andre europeiske land. Norge har et eget Direktorat for naturforvaltning, og dermed er det også sannsynlig at det er gjort en skjønnsmessig vurdering av hvilke aktiviteter som kan være i konflikt med verneformålet i ulike områder, og som er ment å sikre at friluftslivet som drives der er naturvennlig.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Ords uttrykksverdi kan spille en viktig rolle i tekster som er ment å overtale (Fairclough, 2001). Kitere, syklistar, t-merkede stier og folk som vandrer mellom turisthytter blir nevnt under samme paraplyen, og blir senere henvist til som *naturglade friluftsfolk*. Jeg antar dett er et grep som blir tatt for å skape et større fellesskap, vise at man er mange som mener det samme og at det dermed er noe som er fornuftig. Kolderup bruker et formelt og til dels konvensjonelt språk, noe som nok er et bevisst grep for å ytterligere å styrke forfatterens autoritet. Dette kan også ha å gjøre med hvem Kolderup henvender seg til, som i denne artikkelen er Direktoratet for naturforvaltning og regjeringen.

Det er vanlig at det er redaktøren som skriver lederartikkelen i et blad, og dette blir praktisert i UTE. Lederartikkelen står ikke bare for redaktørens regning, men er ment å representere hele redaksjonen og bladet for øvrig. Kolderup bruker i tillegg *oss* som personlig pronomen, og viser med dette også til *naturglade friluftsfolk*, en merkelapp som inkluderer veldig mange. Ved å ta dette grepet drar Kolderup nytte av etos – gjennom å ikke bare representere UTE som redaktør, men så å si hele friluftslivs-Norge. Ved å ta slike grep blir en autorale stemmen i teksten styrket. Kolderup vil gjerne fremstå med mest mulig tyngde. Kolderups autoritet blir også styrket indirekte, ved at han bruker et formelt og mer konvensjonelt språk enn i forrige lederartikkel. Når Kolderup bruker pronomenet *oss* så er dette også for å overbevise om at det som blir sagt er noe som mange mener. Han vil få fram at det er snakk om et flertall, at han har mange i ryggen. Tankegangen her er at om mange mener det samme, så er det noe som er fornuftig. Et annet poeng er hvordan UTEs autoritative stemme gradvis blir naturliggjort ut i fra hvordan Kolderup tar seg rett til å stille spørsmål, formidle og informere oss om hva han selv mener er viktig. Han avslutter artikkelen med å stille spørsmålet om det er flere folk, bedre tilrettelegging og mer næringsutvikling som skal til for å nå målet om enda flere nasjonalparker. Dermed har han gjort denne vinklingen mer selvsagt og naturlig, satt den på dagsorden og dermed fått mer makt.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Kolderup er forsiktig med modaliteten i denne artikkelen, men skriver ved ett tilfelle *oss besøkende*. Ved en slik liten vending er plutselig hele friluftslivs-Norge på hans side, og han har skapt et fellesskapsargument. Modalitetsmarkører kan brukes til å nyansere og

moderere påstander, og de kan gi pekepinner på om forfatteren er villig til å forhandle med alternative syn og oppfatninger. Kolderup gir ikke mye rom for å se saken på andre måter, ved at han flere ganger bruker modalitetsmarkøren *må*. For eksempel i 1:3: ”Det er bra, men før det skjer *må* tanken om at bruk alltid kommer i konflikt med vern, bort fra norsk nasjonalparkpolitikk. I tillegg *må* det settes av mer penger til tilrettelegging av den vernede naturen”. Artikkelforfatteren blir imidlertid plutselig mindre bastant helt til slutt i artikkelen, hvor han avslutter med en spørresetning som innledes med ordet *kanskje*: 5:15: ”For *kanskje* er det flere folk, bedre tilrettelegging og mer næringsutvikling det som skal til for at målet om enda flere nasjonalparker før 2010 skal bli en realitet?”. Den autorale stemmen er både forklarende, informerende og har til dels en imperativ form. Leserne får vite at det skal etableres nye nasjonalparker i Norge, hvilken hensikt disse har og hvordan Norges forvaltning er sammenlignet med andre land. Den imperative formen er rettet mot direktoratet for naturforvaltning og den norske regjeringen. Det eneste personlige pronomenet som blir brukt i løpet av artikkelen er som tidligere nevnt *oss*, og dette blir brukt kun én gang. Det blir videre gitt informasjon om forvaltning av norske nasjonalparker, hvem som har ansvaret for dette og hvor man kan finne informasjon om parkene. Denne informasjonen blir imidlertid gitt sammen med et inntrykk fra forfatterens side om at han synes det er for dårlig. Det skapes et fellesskap ved at Kolderup ved ett tilfelle bruker det personlige pronomenet *oss*, for å henvise til brukere av naturen på generelt grunnlag. I fjerde avsnitt nevner han også at forbudene har skapt problemer for syklistene, kitere, for folk som vil etablere nye turisthytter og for folk som går på DNT-stier. I tillegg viser bildet som hører til, artikkelforfatteren i full fart ned Storhaugen i Kåfjord i Troms etter en topptur. Dermed har Kolderup med enkle grep inkludert så å si alle former for friluftsliv i det personlige pronomenet *oss*, og leseren vil føle seg som del av et stort fellesskap.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Temaet for artikkelen er forvaltning av norske nasjonalparker, og artikkelforfatterens meninger rundt dette.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Kolderup mener at dagens forvaltning setter likhetstegn mellom aktivitet i naturen og nedbryting av den, og at direktoratet for naturforvaltning har valgt forbud som en enkel og billig utvei for å ta vare på nasjonalparkene. Han mener direktoratet for naturforvaltning gjør en for dårlig jobb, og at regjeringen setter av for få midler til tilrettelegging i statsbudsjettet.

Budskap

Artikkelforfatteren foreslår at bedre tilrettelegging av, næringsutvikling i og informasjon om nasjonalparkene vil føre til flere folk på tur, noe som igjen vil føre til at nasjonalparkene blir tatt vare på gjennom hva han kaller ”levende vern gjennom bruk”. Han ber om at regjeringen må sette av mer penger til dette i statsbudsjettet.

Bildet

Bildet forestiller artikkelforfatteren på en topptur på Storhaugen i Kåfjord i Troms. Det er Kolderup som er i fokus, og man kan se uklar natur som fyker forbi i bakgrunnen. Dette gjør at det ser ut som om Kolderup kjører fort. En kan også se at han kjører med tungt og kraftig skiutstyr, som gjør at en kan anta at det nedturen som har vært i fokus.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Vilkårlig vern

Utgivelsesår/nummer: 2009/2

Forfatter: Trygve Sunde Kolderup

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Perspektivet i teksten er at vernebestemmelsene forskjellsbehandler ulike aktører, og særbehandler DNT. Plussord som brukes er *naturopplevelse* og *turglede*, i en beskrivelse av hva en tindevegleder formidler, og *å ta med turister på fjellski i norske*

nasjonalparker for å beskrive hva DNT gjør. Kolderup bruker ved ett tilfelle i artikkelen ironi som virkemiddel, i 3:16: ..”og selv om reinen naturligvis ikke ser forskjell på de to gruppene, vil tindeveglederen måtte søke om å ta med seg fjellskiløperne på tur i nasjonalparken”. Ved å ironisk påpeke det åpenbare om at reinen ikke ser forskjell på en turlleder fra DNT og en profesjonell tindevegleder markerer han avstand, får det hele til å virke latterlig samtidig som han gjør litt narr av de som støtter vernebestemmelsene. Argumenter det hadde vært naturlig for Kolderup og ta med i artikkelen, men som han har utelatt, er flere. For det første er det ikke det at tindeveglederen tar seg betalt som gjør at han må søke om å få drive guiding, men det at han ønsker å drive organisert virksomhet (Direktoratet for naturforvaltning, XXX). Det er også slik at vernebestemmelsene er noen år gamle, og når bestemmelser planlegges så er det vanlig at det tas hensyn til eksisterende virksomheter om det ikke er slik at de går fullstendig på tvers med verneformålene. Man kan anta at organisert tindevegledning er noe som har blitt mer utbredt i senere tid, altså etter at regelverket ble skrevet ned. Dette er argumenter som Kolderup kunne forsvart seg mot, om han hadde nevnt de i artikkelen. At de er utelatt er med på å svekke Kolderups autoritet. Man kan også spørre seg om Kolderup bruker reinen, og dermed et miljøvernspørsmål, som et springbrett for å ta opp noe annet? Kolderup gir innlednings- og avslutningsvis uttrykk for at det er reinen han bryr seg om, mens ordlyden ellers i artikkelen gir et inntrykk av at det han er mest opptatt av er at han mener DNT har særrettigheter i norske verneområder. Et poeng som heller ikke blir nevnt er at forvaltningsmyndighetene må nødvendigvis forholde seg til de reglene som finnes – og for reinen sin skyld er det kanskje bedre at de regulerer det de kan regulere, i stedet for å si at alle får lov fordi noen har lov?

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Innledningsvis kobler Kolderup Norge og norsk naturforvaltning sammen med de personlige pronomensformene *vi* og *oss*. Ved å gjøre dette får han saken til å bli mer personlig, samtidig som han skaper et fellesskap. Hele Norge må ta vare på villreinen, det er noe *vi* har forpliktet oss til. Det er et nederlag for norsk naturforvaltning dersom *vi* ikke får til dette. På denne måten står vi nå sammen i kamp for villreinen. Kolderup har henvendt seg til mottakernes følelser, noe Fairclough (2001) kaller tekstens patos-appell. Kolderup er veldig sikker i sin sak, og gir ikke særlig rom for diskusjon, så man kan si at den verbale posisjoneringen er veldig sterk (Hitching et. al., 2011) Det blir

signalisert en sterk grad av sikkerhet i forhold til budskapet som presenteres. Den autorale stemmen, oss, Norge og UTE er veldig dominerende i teksten, så man kan også si at den kvantitative posisjoneringen er sterk. Språket i artikkelen er formelt, men det kommer også tydelig frem at Kolderup har sterke følelser for saken. Kolderup bidrar til å naturliggjøre sin autoritet ved at han gir informasjon om norsk naturforvaltning og situasjonen til den norske villreinstammen.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Innledningsvis forklarer Kolderup hvordan Norge har forpliktet seg til å ta vare på villreinen gjennom internasjonale konvensjoner. Han informerer også om at stammen de siste årene er redusert. Deretter går han over til en imperativ, personlig form for å be leseren se for seg et scenario. Dette er alle virkemidler som i følge Fairclough (2001) kan bidra til å naturliggjøre den autorale stemmens autoritet. Pronomensformene som blir brukt er *vi*, *oss*, og *deg*. Dette blir gjort for å appellere til lesernes følelser, hva Fairclough (2001) kaller en patos-apell, for å vise solidaritet og skape et fellesskap. At det er mange som tilsynelatende mener det samme er med på å styrke Kolderups argumentasjon. Det er to viktige tilfeller av ekspressiv modalitet i artikkelen. Dette kommer fram i hvordan Kolderup beskriver en tindevegleder som en representant for kommersielle aktører på den ene siden, og DNT på den andre siden. Om tindeveglederen kan vi lese at 3:22: ”..han ville gått med en mindre gruppe, hatt mer turerfaring i området enn DNT-turlederen, og visst mer enn DNT-turlederen om håndtering av ferdsel i sårbare områder”. Og 4:8: ”..en lokal tindevegleder som forsøker å leve av å formidle naturopplevelse og turglede”. Kolderup velger altså å understreke og beskrive kompetansen til tindeveglederen. Er det selvsagt at en tindevegleder ville gått med en mindre gruppe enn turlederen? Hvorfor kunne ikke DNT-turlederen vært oppvokst i det aktuelle området og hatt en mastergrad om ferdsel i sårbare områder? Kolderup skriver også at tindeveglederen *forsøker å leve* av å formidle naturopplevelse og turglede, ikke at han *lever* av det. Implisitt skriver altså Kolderup at det er vanskelig å leve av å være tindevegleder i Norge. I beskrivelsen av DNT står det 4:4: ”.. en organisasjon med sponsorer, 30 ansatte på hovedkontoret i Oslo og en samlet omsetning i hundremillioners-klassen..” En annen beskrivelse av DNT kunne for eksempel vært ”en friluftsansettelse med over 2450000 medlemmer og lokallag over hele landet som legger vekt på et allsidig og miljøvennlig friluftsliv bygd på frivillighet”.

I stedet for å stille retoriske spørsmål velger Kolderup å skissere et tilsynelatende tenkt scenario, for å understreke hva han opplever som veldig urettferdig. Det er imidlertid elementer i teksten som tyder på at dette scenarioet er reelt. Hvorfor er han så skråsikker på at tindeveglederen ville gått med en mindre gruppe, hatt mer turerfaring i området og vært lokal? Kanskje har det vært en reell hendelse som har fått Kolderup til å ta pennen fatt? Det kan også virke som om Kolderup bruker miljøvernet som et springbrett, hopper bukk over villreinen for å få fokus på hva han virkelig bryr seg om, noe som kommer fram i artikkelens siste avsnitt: ”DNT kan ikke ha monopol på å ta med seg turister på fjellski i norske nasjonalparker”. Disse to faktorene er i så fall med på å svekke Kolderups autoritet – og med ett fremstår han ikke like redelig som man først kan få inntrykk av. En spekulativ tanke formes: Kanskje UTE hadde lyst til å skrive en turreportasje fra det aktuelle området og hadde søkt om å få dra dit med en tindevegleder og fått avslag?

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Tekstens tematikk er tredelt. Innledningsvis handler den om den norske villreinstammen. Deretter handler den om hvem som skal bruke fjellet og hvordan det skal foregå.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Kolderup synes vernebestemmelsene forskjellsbehandler ulike aktører, og han synes bestemmelsene framstår lite logiske i forhold til verneformålet. Han uttaler seg skarpt i forhold til DNT, og mener at denne organisasjonen får forrang i forhold til kommersielle aktører, i artikkelen representert ved en tindevegleder.

Budskap

Vernebestemmelsene er ikke logiske. De er vilkårlige og forskjellsbehandler ulike aktører. DNT kan ikke ha monopol på å ta med turister på fjellski i norske nasjonalparker.

Bildet

Artikkelforfatteren er i fokus, med uklare fjell i bakgrunnen. I bildeteksten kan vi lese Kolderups mening om saken, og i uthevet skrift står det *forskjellsbehandling*. Dette er et godt eksempel på hva Hitching et. al. (2011) kaller tekststrukturell posisjonering, som vil si at enkelte stemmer bli gitt forrang framfor andre gjennom å for eksempel bli løftet fram i overskrifter, bildetekster, ingresser eller lignende.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Friluftsliv unite

Utgivelsesår/nummer: 2009/5

Forfatter: Trygve Sunde Kolderup

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Det skrives ut i fra et perspektiv om at det er bruken av naturen som er det viktigste. Flere ganger i artikkelen blir det nevnt at de som bruker naturen også er interessert i å verne den, og at nye former for friluftsliv kan styrke naturvernet. Tanken er logisk: om man bruker naturen blir man glad i naturen og får lyst til å ta vare på den, og tar man vare på den øker sjansene for gode opplevelser. Likevel er det mye som tyder på at det er bruken som er aller viktigst for Kolderup. I beskrivelsen av hvordan den nye organisasjonen bør være skriver han at ”Det skal være en miljøorganisasjon på friluftslivets premisser. Ikke en miljøorganisasjon som på bekostning av menneskelig aktivitet kjemper for å bevare villreintrekk, hekkeområder for fugl eller sjeldne padder”. Kolderup sier altså rett ut at den nye organisasjonen ikke bør ta hensyn til villreinen, hekkeområder for fugler eller sjeldne padder om dette går ut over menneskelig aktivitet. Ved å ta med vendingen sjeldne padder gir han også et lite ironisk stikk for å markere avstand og latterliggjøre det hele. Dessuten har også Direktoratet for naturforvaltning et

motto som heter ”Liv i naturen og natur i livet” (Direktoratet for naturforvaltning, 2012) – altså det samme som Kolderup uttaler om at den som bruker naturen også er interessert i verne den. Kanskje det bare er slik at Direktoratet for naturforvaltning har lyst til å verne den litt mer?

Et ord Kolderup bruker for å illustrere at kitere, surfere, elvepadlere og terrengsyklister er i et mindretall er at de er *minoriteter*. Innen sosiologi blir dette begrepet vanligvis brukt om etniske grupper som er språklige minoriteter, religiøse grupper i mindretall eller om funksjonshemmede. Dette er med på å forsterke at det dreier seg om små grupper. Kolderup sier også at uten en slik organisasjon han ønsker seg er de dømt til å tape *kampen* mot store, profesjonelle aktører som Miljøverndepartementet, Fylkesmannen eller Direktoratet for naturforvaltning. Dette er det samme som ofte blir gjort innen sports- og nyhetsjournalistikken, at det brukes krigstyper for å beskrive hva som ofte kan være mindre konflikter eller uoverensstemmelser. I teksten blir det fremstilt som at det foregår en urettferdig kamp mellom David og Goliat.

I artikkelen er det eksempler på ord som jeg vil anta ikke har tilfeldige konnotasjoner. Surfere, terrengsyklister, kitere og elvepadlere blir beskrevet som *ildsjeler, entusiaster og friluftsentusiaster*. Disse ordene er valgt for å vise at disse gruppene består av ressurspersoner som bryr seg om friluftsliv på et generelt grunnlag – engasjerte folk som bryr seg om naturen. Kolderup har i tillegg en formulering som skaper et motsetningsforhold mellom friluftsentusiast og FriFo, i 4:7: ”de færreste friluftsentusiastene i Norge har noe forhold til FriFo”. Kolderup bruker også ironi ved å nevne sjeldne padder i beskrivelsen av hva dagens miljøorganisasjoner i 3:19: ”Ikke en miljøorganisasjon som på bekostning av menneskelig aktivitet kjemper for å bevare villreintrekk, hekkeområder for fugl eller sjeldne padder”. Ironien er med på å markere avstand. *Sjeldne padder* får det hele til å virke både latterlig og urimelig, samtidig som det blir gjort litt narr av de som støtter synspunktet.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

I 4:7 blir Friluftslivets Fellesorganisasjon (FriFo) beskrevet på denne måten: ”De færreste friluftsentusiaster i Norge har noe forhold til FriFo. Friluftslivsentusiast har tidligere i teksten blitt brukt synonymt med terrengsyklister, elvepadlere, kitere og

surfere. Dette får det til å se ut som om de ekte friluftslivsentusiastene kun er de som driver med moderne former for friluftsliv. De fleste som driver friluftsliv i Norge er imidlertid folk som ikke driver med slike aktiviteter. Det er også slik at mange som holder på med ”det nye friluftslivet”, også kan føle stor entusiasme over en varm kaffekopp og en grillpølse en stille kveld i den lokale marka. Kolderup forteller videre at FriFo er en sammenslutning av konservative organisasjoner, at de ikke vil kjempe mot oljeboring i Lofoten og Vesterålen og at styret har en snittalder på nærmere 60 år. Dette er påstander fra Kolderups side som er lite relevante for saken, og er dermed med på å senke Kolderups autoritet. Den Norske Turistforening (DNT) og Friluftslivets Fellesorganisasjon (FriFo) blir omtalt som ”De store forbundene og organisasjonene som taler det tradisjonelle friluftslivets sak, og Miljøverndepartementet, Fylkesmannen og Direktoratet for naturforvaltning som ”store profesjonelle aktører”. Kolderup avslutter artikkelen med å si at den nye organisasjonen han drømmer om skal sørge for at det ikke lenger skal være mulig å utestenge grupper fordi de har vært små og svake, ”eller fordi noen i Fjällreven-jakke frykter det nye og ukjente”. Her kan man anta at Kolderup forbinder friluftslivsfolk i Fjällreven-jakke med noe konservativt, gammeldags, traust og tradisjonelt, og at han selv identifiserer seg med aktiviteter knyttet til fargerik Gore-Tex. En Fjällreven-jakke har konnotasjoner til slitt anorakk, vandrestav, økologisk friluftsliv, Nils Faarlund, stille og rolig friluftsliv, jakt, fiske og lange vandreturer. Kolderup plasserer dermed FriFo, DNT, Miljøverndepartementet, fylkesmannen og Direktoratet for naturforvaltning i denne båsen, og viser med dette sine subjektive verdier og sosiale identitet.

Forfatterens etos blir også styrket av måten Kolderup tar seg rett til å stille spørsmål, gi informasjon og forklare tingenes tilstand. Argumentasjonen er stor sett saklig, men det er også elementer i teksten som gjør at Kolderups autoritet svekkes. Det ene er setningen hvor han forteller at en ny organisasjon ikke bør ta hensyn til villrein og sjeldne fugler og padder, og det andre er påstanden om terrengsykkelforbudet i Rondane og kiteforbudet på Hardangervidda. Dette er påstander som sett i perspektiv ikke vil medføre riktighet, og som mange vil se på som restriksjoner og reguleringer heller enn forbud. Kolderup er veldig bastant også i sine andre synspunkter, og gir ikke rom for diskusjon eller andre måter å se saken på.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Kolderups autoritet blir naturlig gjort ut i fra hvordan han tar seg rett til å fremheve den autorale stemmen, samtidig som den eksterne stemmen blir underkommunisert. Kolderup både forklarer, gir informasjon og bruker en befalende form når han beskriver hvordan den nye organisasjonen bør være, og han bruker hyppig de modale hjelpeverbene *må* og *skulle*, 3:12: ”Den nye organisasjonen *må* kunne bistå og veilede”, ”den *må* forene ildsjeler” og ”det *skal* være en miljøorganisasjon på friluftslivets premisser” Implisitt sies det dermed at de organisasjonene som finnes i dag ikke gjør noe av dette. Kolderup bruker pronomensformen *vi*, for å vise solidaritet med representantene for moderne friluftsliv som ikke blir hørt, og for å skape et fellesskap mellom ham selv og leserne. Her blir *vi* brukt for å samle oss alle under fanen ”det norske friluftslivet”. På denne måten styrker han sin autoritet – han har hele friluftsliv-Norge i ryggen. Kolderup skriver at de eksisterende miljøorganisasjonene driver et vern som går på bekostning av menneskelig aktivitet. Han skriver også at det er et terrengsykkelforbud i Rondane og kiteforbud på Hardangervidda, noe det ikke var på det aktuelle tidspunktet.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Teksten handler om bruken av norsk natur, forvaltningen av den og hvorvidt denne er rettferdig.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Surfere, terrengsyklister, kitere og elvepadlere opplever at de blir stengt ute fra norsk natur. I artikkelen står de som representanter for nyere aktiviteter innen friluftslivet, og de føler seg ikke hørt, verken hos myndighetene eller hos store friluftslivsorganisasjoner som FriFo og DNT. UTE mener disse bør gå sammen i en organisasjon som kan gi en felles, tydelig stemme i møte med byråkratiet. Kolderup mener at kitere, elvepadlere, surfere og kitere har blitt utestengt fra norsk natur fordi de er små og svake, og fordi representanter for det tradisjonelle friluftslivet frykter nye, ukjente aktiviteter.

Budskap

Kolderup mener representanter for moderne friluftsliv bør organisere seg så de får en felles, tydelig stemme i saker som opptar dem. Dette budskapet blir også uthevet i teksten, så man kan si at den tekststrukturelle posisjoneringen er sterk (Hitching et. al., 2011).

Bildet

Bilder viser artikkelforfatteren på en fjelltopp på Korsika, hvor han sitter og leser ”Tinder og banditter” av Alf Bryn. Korsika er kjent for sine gode forhold for sportsklatring, og man kan anta at dette er grunnen til artikkelforfatterens besøk. Alf Bryn var en norsk forfatter og en dyktig fjellklatrer. Han var med å stifte Norsk Tindeklubb og har førstebestigningen av Stetind i Nordland. ”Tinder og banditter” skildrer en klatretur Bryn hadde på Korsika, og regnes som en av de absolutte klassikerne innen fjelllitteratur, nærmest som ”obligatorisk lesning”. Ved å bruke dette bildet viser Kolderup at selv om han er en representant for det moderne friluftslivet, er han også en reflektert type som er opptatt av friluftslivshistorie. Bilder jeg umiddelbart kommer på som kan ligne på bildet av Kolderup, er bilder av filosofen og fjellklatreren Arne Næss eller av klatrekompisen hans Peter Wessel Zapffe, som ofte hadde med seg bøker på tur, var øko-filosof og veldig klare i sin motstand mot inngrep i uberørt natur. Jeg vil altså anta at bildet ikke er tilfeldig valgt, men er ment å vise et bilde av Kolderup som viser noe annet enn en tanke- og historieløs adrenalinsøker, noe han kanskje frykter er det stereotypiske bildet ”mannen i fjellräven-jakka” har av representanter for det moderne friluftslivet. Kolderups etos blir dermed styrket. Han fremstår her som en person som både klatrer i fjellet og leser en bok samtidig, og selv om det ikke er tung filosofi som fordøyes, så er signalet som sendes tydelig.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Kortreiste guider

Utgivelsesår/nummer: 2010/1

Forfatter: Trygve Sunde Kolderup

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

DNT blir beskrevet i 2:1 beskrevet som *store, mektige DNT*, og at organisasjonen *toger inni* fjellbygdene. Dette gir et bilde av noen som brauter seg fram med stive albuer og skyver alle andre til side, en slags ”unna vei, her kommer jeg”. Andre kommersielle aktører blir på sin side beskrevet som *små og lokale*, noe som gir inntrykk av noe hyggelig og trivelig, noen som ikke driver sin virksomhet for å utnytte folk men av genuin lyst og interesse for hva de driver med. Det er interessant hvordan teksten fremstiller en frivillig, ikke betalt turlleder i det lokale DNT-laget på den ene siden, og en profesjonell tindevegleder på den andre siden. Kolderup tar det for gitt at en profesjonell, internasjonalt godkjent tindevegleder ansatt i et kommersielt fjellføringsfirma alltid er mer kompetent enn en frivillig, ikke betalt turlagsleder i det lokale DNT-laget. Har Kolderup egentlig grunnlag for å hevde dette? Påstander som ikke blir videre dokumentert er med på å svekke forfatterens autoritet. Kolderup bruker det adverbiale uttrykket *derfor* for å understreke hva han mener er en logiske kobling, nemlig at DNT vil tjene penger på et sterkt og mangfoldig fjellsportmiljø i Norge, og derfor bør de ta kritikken seriøst. Kolderup går altså ut i fra at DNT har et mål om å tjene penger, og stempler dermed organisasjonen som en kommersiell aktør på lik linje med andre kommersielle aktører. Kolderup utelater også å informere om at DNT benytter seg av fjellsportgruppene, undergrupper av lokale turistforeninger når det gjelder kurs i fjellet og på bre. Dette er instruktører som er godkjent gjennom utdanningsstigen til Norsk Fjellsportforum (NF). Disse kursene får ikke støtte av moderforeningen, men drar nytte av bra markedsføring. Kursene koster imidlertid det

samme som hos andre kommersielle arrangører. DNT fjellsport kan altså sees på som en kommersiell aktør, men Kolderup kommer altså med påstander som ikke har rot i virkeligheten, noe som også svekker hans autoritet i artikkelen. DNT blir nevnt 22 ganger i artikkelen, noe som er naturlig når artikkelen er en oppfordring til DNT om å øke innsatsen for lokalt næringsliv i den norske fjellheimen.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

I artikkelen blir *UTE* konsekvent brukt som artikkelens autorale stemme. Med dette grepet understreker artikkelforfatteren det faktum at også resten av redaksjonen mener det samme som ham selv. Det er den autorale stemmen som har den sterkeste tekststrukturelle, kvantitative og visuelle posisjoneringen i teksten. Både den visuelle og tekststrukturelle posisjoneringen er sterk. Om man tar for seg den tekststrukturelle posisjoneringen ser man at det er Kolderups meninger som får plass, både i bildeteksten, i overskriften og i et uthevet avsnitt. Her kommer det tydelig fram at Kolderup vil at DNT skal gjøre mer for å støtte opp om lokalt næringsliv, og uttrykker et generelt ønske om at det bør utvikles mer tur- og kurstilbud i fjellet. Et godt eksempel på lederartiklenes potensielle samfunnseffekt, er hvordan Kolderup henviser til daværende styreleder i DNT, Tom-Ivar Bern innledningsvis i artikkelen. Ved at Kolderup tar dette grepet, ser en at forrige lederartikkel har fått direkte konsekvenser og satt i gang en prosess i det norske friluftslivet, ved at ser at DNT har tatt saken på alvor.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Kolderup tar rett til å stille retoriske spørsmål, informere og forklare, noe som naturliggjør den autorale stemmens autoritet. Det blir også stilt retoriske spørsmål, blant annet i 2:9: ”For hvordan skal en liten, lokal aktør klare å trekke til seg kunder i konkurranse med markedsføringsbudsjettet til en organisasjon som kan finansiere virksomheten med offentlige kroner og medlemsavgift fra 235 000 medlemmer?”

Det blir brukt en informerende og forklarende stemme gjennom artikkelen, før den til slutt blir imperativ i formen. Her oppfordres DNT direkte til å gjøre mer for å hjelpe lokale aktører for å markedsføre nisjeprodukter og utvikle tur- og kurstilbudet i fjellet. Kolderup bruker det modale hjelpeverbet *bør* flere ganger i sin oppfordring til DNT.

Dette viser at han har en ganske klar oppfordring om hvordan ting skal være, og det gir lite rom for andre meninger. Det skapes et fellesskap mellom sender og mottaker ved at Kolderup ved ett tilfelle bruker det personlige pronomenet *oss*. Han henviser i den aktuelle setningen til *alle oss som trives fjellet* og får dermed plutselig mange flere enn kun redaksjonen i UTE i ryggen. Han skaper et fellesskap og solidaritet, og leserne vil føle en større tilknytning til det saken dreier seg om. Med flere meningsbærere i ryggen har hans autoritet fått mer tyngde.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Teksten handler om organiseringen av norsk friluftsliv og at DNT tilsynelatende skaper murring omkring i Friluftsliv-Norge.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Kolderup mener DNT har så stor markedsrett og har så store økonomiske muskler at de ødelegger livsgrunnlaget for lokale kommersielle fjellføringsfirmaer, blant annet fordi DNT benytter seg frivillige turledere.

Budskap

UTE ønsker at DNT skal bytte ut kortreist mat med kortreiste guider. Rett og slett hjelpe gründere i distrikts-Norge med å skape levedyktige arbeidsplasser. Med slike gründere mener Kolderup profesjonelle fjellførere.

Bildet

På bildet er Kolderup i fokus, med fjell i bakgrunnen. Han er på topptur. Han har på seg en skredsekk, så man kan anta at nedturen blir bratt, i skredfarlig terreng. Her representere Kolderup det moderne friluftslivet, og hva mange vil kalle ekstremkjøring på ski.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Fugl og folk

Utgivelsesår/nummer: 2010/5

Forfatter: Trygve Sunde Kolderup

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Det er verdt å merke seg at Kolderup gjentar ordene *brettseiling*, *brettseiler* og *bølgeseiling* til sammen tretten ganger i de to første avsnittene. *Fugl*, *fugleliv* og *fuglebestand* blir til gjengjeld nevnt tre ganger i løpet av disse avsnittene. Jeg mener dette gir grunnlag for å si at forfatteren her bruker gjentakelse som et virkemiddel. Jeg kan også si at disse ordene fungerer som nøkkelord, da jeg ut i fra disse kan tenke meg hva teksten handler om. Brettseiling, brettseiler og bølgeseiling speiler også tilbake til tittelen i artikkelen, hvor brettseilere blir brukt som et synonym på folk. Ved å nevne *motorbåter*, *seilbåter*, *frittgående hunder*, *turgåere* og *kajakkpadlere* flere ganger i teksten, understreker Kolderup med repetisjon som virkemiddel hva han ser på som et paradoks, nemlig at området er tillatt for disse aktivitetene men ikke for bølgesurfing.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Den autorale stemmen har en sterk kvantitativ posisjonering i teksten, mens den ekspressive kommer mer i bakgrunnen. Redaktøren velger å bruke *UTE* som avsender, noe som er med på å styrke autoriteten. Språket er formelt, uten å bli konvensjonelt. Bildet understreker forfatterens subjektive verdier og sosiale identitet på en god måte, dette blir omtalt nedenfor under overskriften *bilde*.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Kolderup bruker den første delen av artikkelen til å informere om sakens kjerne. Her redegjør han for emnet uten å fokusere på egen oppfatning eller å forsøke å få leserne til å overta eventuelle synspunkter. Kolderup påberoper seg imidlertid, som tidligere nevnt, retten til å fastslå, informere og forklare leserne ting. Dette er med på å understreke og naturliggjøre forfatterens autoritet (Fairclough, 2001). Kolderup er relativt rundt i kantene. Argumentene han bruker for å tydeliggjøre sin egen mening kommer ikke til uttrykk før i de to siste avsnittene, men også i det første av disse er han nokså forsiktig. Her påpeker han først at ferdselsforbud ofte har blitt begrunnet med at det dreier seg om

ny aktivitet, men at dette heldigvis ikke er blitt brukt som en begrunnelse i den aktuelle Nordhasselvika-saken. Han forteller også at det er naturlig med et ferdsels- og aktivitetsforbud i tilfeller der det er bevist eller sannsynliggjort at bestemte former for aktivitet er skadelig for natur og dyreliv. Likevel ligger det en skjult mening bak, noe som altså kommer fram i de to siste setningene i artikkelen. Samtidig som Kolderup her bygger en bro over til motparten, og slik sett styrker det relasjonelle forholdet, ved å si seg enig i at forbud bør være en del av norsk naturforvaltning, skriver han at forutsetningen er at disse oppfattes som konsekvente og at de står i samsvar med aktuelle verneformål. Det kommer tydelig fram i det siste avsnittet at Kolderup mente dette ikke var tilfellet den gang da. At det er tillatt med tung båttrafikk men ikke å surfe, noe Kolderup ser på som et paradoks gjentas, for å påpeke nødvendigheten av en skikkelig utredning om saken, samt gi et hint om at han er uenig i selve boteleggingen av brettseileren i den aktuelle saken han innleder artikkelen med. Artikkelen har generelt en mer argumentasjonsrettet preg i siste del, og Kolderup legger ikke lenger lokk over sin autoritet. Han bruker her det modale hjelpeverbet *må*, og han påberoper seg retten til å gi leserne råd og påbud.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Artikkelen handler om konflikter mellom brukere av naturen og verneinteresser.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Forutsetningen for eventuelle forbud må oppfattes som konsekvente, og de må ikke diskriminere ulike aktiviteter. UTE mener det er viktig at norsk naturforvaltning i utgangspunktet har et positivt forhold til nye, ikke-motoriserte friluftaktiviteter.

Budskap

Før det eventuelt innføres nye aktivitetsforbud er det viktig med skikkelige utredninger der alle parter blir hørt.

Bildet

Bildet viser artikkelforfatteren med et surfebrett under armen. Det blir imidlertid understreket i bildeteksten at aktiviteten foregår på en lovlig strand. Dette er på mange måter en gjennomgangstone i artikkelen. Sunde Kolderup identifiserer seg med, og representerer, brettseilerne, men er samtidig veldig forsiktig i språket. Dette kan kanskje være fordi han som redaktør bør være forsiktig med å trække folk *for* hardt på tærne? Kanskje han har i bakhodet at til tross for mange lesere som nok har samme mening som ham selv, finnes det også et stort marked i folk som også setter pris på andre former for friluftsliv. Det vil nok lønne seg for Kolderup å ha gode relasjoner til de fleste friluftsmiljøer i Norge, også de som setter pris på det fredelige, tradisjonelle friluftslivet.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Svette, snørr og helseeffekt

Utgivelsesår/nummer: 2011/1

Forfatter: Sandra Lappegard

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Hele artikkelen kan sies å være omstridt ideologisk sett. Det blir mer eller mindre direkte fortalt at leserne må drive med friluftsliv for helsens skyld. Her er man inne på grunnleggende holdningsforskjeller til den norske friluftslivsdiskursen, og en debatt om ”sportifisering av friluftslivet”. Ordet *topptur* blir beskrevet som *svette, snørr og helseeffekt*. Det er grunn til å tro at tittelen er valgt på bakgrunn av at artikkelforfatteren tror disse ordene vil være plussord for leseren – ord som er ment å skape positive følelser og vurderinger hos leseren og kan fungere som argumenter for forfatterens budskap. Det som blir formidlet er at man ikke bare skal på tur for å svette, men *snørra skal renne*. Å ta seg så hardt ut fysisk at snørra renner forbinder jeg personlig med store fysiske prestasjoner, som for eksempel Bjørn Dæhlie under OL på Lillehammer i 94. I teksten blir også ordene *toppen, topptur* eller *toppturist* nevnt atten ganger, noe som kan indikere at UTE er veldig opptatt av å nå målet, altså komme til toppen.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Den autorale stemmen er sterk i artikkelen, og dette blir ytterligere tydeliggjort gjennom posisjoneringen av stemmene. Den autorale stemmen har en sterk kvantitativ posisjonering, den har en sterk tekststrukturell posisjonering ved å bli løftet fram i både overskriften, i bildeteksten og i et uthevet avsnitt. Den visuelle posisjoneringen er også sterk – overskriften er svær. Den verbale posisjoneringen, hvor sterk grad av sikkerhet som signaliseres i forhold til budskapet er imidlertid holdt på et moderat nivå. Lappegard styrker sin autoritet ved å gjøre leserne oppmerksomme på at hun har gått på toppturer siden 2004, at hun har vært mye på tur, og at hun har blitt i bedre form. Hun forteller mye om seg selv. Språket i artikkelen er veldig uformelt og personlig, og jeg synes store deler av artikkelen minner mer om et personlig brev enn en lederartikkel.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

I artikkelen forklarer Lappegard leserne hvordan hennes første topptur var et slit. Videre blir det informert om positive helseeffekter ved å dra på topptur, og til slutt tar det hele en befalende form om at leserne må komme seg ut på tur fordi det er helse i hvert steg. Lappegard bruker kun personlige pronomensformer i denne artikkelen, noe som er veldig iøynefallende. Artikkelen er veldig personlig og direkte i formen. De personlige pronomensformene du og jeg blir hyppigst brukt, og det er tydelig at Lappegard vil ha et personlig fellesskap med leserne. Hun vil at *vi sammen* skal ut på tur for å bli i bedre form. Denne personlige og direkte formen og det uformelle preget får imidlertid Lappegard til å fremstå som en slags velmenende ”Tante Pose”, som vet mer enn leserne hun henvender seg til, noe den personlige ”du og jeg – formen” er med på å forsterke. Den ekspressive modaliteten i artikkelen er forholdsvis svak, og det blir ofte brukt modale hjelpeverb som *kanskje* og *burde* som gjør den verbale posisjonen svakere. Lappegard stiller flere retoriske spørsmål for gradvis å lede leseren til konklusjonen om at det er helse i verdt steg når man går på topptur.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Artikkelens tematikk er todelt. Den handler om hvordan artikkelforfatteren opplevde sin første topptur, og den handler om helseeffekten av å gå på toppturer.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Lappegard syntes det var forferdelig å gå på topptur første gangen, fordi det var så slitsomt. Likevel syntes hun det var verdt det etter et par dager, på grunn av mestringsfølelsen, inntrykkene og ikke minst at hun ble i bedre form av turen. Hun synes at den grønne resepten burde utvides til å inkludere flere friluftslivsaktiviteter.

Budskap

Dra på topptur for helsens skyld – det er helse i hvert steg

Bildet

På bildet er artikkelforfatteren i fokus, på topptur i Sunnmørsalpene. Lappegard ser sprek og blid ut, der hun bærer skiene på den ene skulderen over ei steinrøys. Det ser ut som det er lite snø og varmt, så kanskje er det en vårskitur. Hun har på seg en skibukse fra Norrøna som er slitt og møkkete, altså godt brukt. Ut i fra dette kan jeg si at Lappegard styrker sin autoritet på mange måter. Først og fremst å bekrefte hva hun skriver i artikkelen, at hun faktisk er på topptur. Hun representerer også her ikke bare en toppturist, men en dreven entusiast. Hun er på topptur i Sunnmørsalpene, som er kjent for sine store og bratte fjell. At hun skal kjøre bratt får jeg også et inntrykk av ut i fra at hun går med skredsøker på seg. Det er på vårparten, og mange har nok pakket ned skiene, men ikke Lappegard. Hun er fremdeles på topptur, og har nok vært mye på tur denne sesongen, om vi skal dømme ut i fra den slitte og møkkete Norrønna-buksa.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Drømmetur eller guidet mareritt?

Utgivelsesår/nummer: 2011/3

Forfatter: Sandra Lappegard

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Den tekststrukturelle posisjoneringen er sterk, noe som kommer til uttrykk gjennom hvordan UTEs stemme blir løftet fram i et uthevet avsnitt og i bildeteksten. Den kvantitative posisjoneringen er også sterk, det er stort sett den autorale stemmen som er i fokus. Den verbale stemmen kan sies å være moderat, da Lappegard modererer synspunktene sine med det modale hjelpeverbet *kanskje* ved flere anledninger. Ord som blir brukt som plussord er *fjellfører* og *dyktige fjellfolk*. Ordet *drømmetur* brukes flere ganger i artikkelen, og Lappegard gir ordet et meningsinnhold om at *en drømmetur er en tur som er høyere, lengre og vanskeligere enn turer vi selv har kompetanse til å gjøre på egenhånd*. En slik definisjon på en drømmetur vil for eksempel bli stående i et motsetningsforhold til en oppfatning av en drømmetur som *møte med natur*. Det kan synes som at Lappegard er opptatt av seg selv. Igjen er artikkelen pepret med det personlige pronomenet *jeg*, det blir nevnt hele atten ganger i løpet av artikkelen, som er kort. Store deler av artikkelen handler om hennes tur til alpine og hennes subjektive mening om hva det er som er bra med å dra på tur med en fjellfører. Hun bruker det adverbiale uttrykket *fordi* til å skape en logisk kobling mellom hva som gjør en føringstur til en bra tur i 3:4: Turen får en ny dimensjon *fordi* Lappegard slipper å gå med nesa i kartet, blir vist til de beste plassene med en gang, og høre historier om hva hun ser rundt seg.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Store deler av artikkelen handler om Lappegards egne verdier og sosiale identitet. Den autorale stemmen er sterk i denne artikkelen, noe som dermed også gjelder for den kvantitative posisjoneringen (Hitching et. al., 2011). Lappegards subjektive mening blir også løftet fram i et uthevet avsnitt og i bildeteksten til bildet som hører med artikkelen,

noe som forsterker den tekststrukturelle posisjoneringen. Språket i artikkelen er veldig uformelt og personlig.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Lappegard forklarer, informerer og stiller retoriske spørsmål som har til hensikt å få folk til å dra på guidede turer. Det blir kun brukt personlige pronomensformer i denne artikkelen, noe som er veldig iøynefallende. Artikkelen er veldig personlig og direkte i formen. De personlige pronomensformene *du* og *jeg* blir hyppigst brukt, og det er tydelig at Lappegard vil ha et personlig fellesskap med leserne. Den verbale posisjoneringen (Hitching et. al., 2011) er forholdsvis svak i artikkelen. Ved tilfellene hvor Lappegard stiller retoriske spørsmål innleder hun disse med det uttrykket *kanskje*. Dette gjør at oppfordringene hun kommer med ikke virker like bastant som hvis hun ikke hadde brukt dette modale hjelpeverbet.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Tematikken i artikkelen er tredelt. For det første handler den om Lappegards personlige erfaring fra en guidet tur i alpine. For det andre handler den om føringsturer øker i popularitet i Norge. For det tredje handler den om hva Lappegard tror er årsaken til dette.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Lappegard forteller at hun hadde en dårlig tur i alpine, fordi hun syntes det gikk for sakte og at det var for mange pauser. Hun forteller imidlertid fort at hun ser positivt på det å dra på guidet tur, og deretter ramser hun opp noen årsaker til hvorfor hun tror dette er blitt mer populært i det siste. Blant forslagene hun nevner er at turopplevelsen får en ny dimensjon ved at man slipper å avgjørelser selv, man kommer rett til de beste plassene uten å tenke – *man kommer til dekket bord* som hun selv sier det. Hun sier også at drømmeturene blir mer oppnåelige, fordi *vi* kanskje ikke har kompetansen som behøves selv. Hun tenker også at det kan ha med tidsklemma å gjøre – at *vi* vil ha mest mulig ut av turopplevelsen når *vi* først har tatt *oss* tid til å dra på tur. Hun sier også at å

gå med en fjellfører vil gjøre turen lettere, det vil bli sikrere og sist men ikke minst øker *du* sjansene for å nå målet: toppen.

Budskap

Lappegard oppfordrer til å booke en fjellfører og bli med på en guidet drømmetur.

Bildet

Bildet viser artikkelforfatteren fremst i bildet. Hun er i fokus, på vei opp til Vengetind i Romsdalen. Lappegard har på hjelm og har en dynemmaslynge over skulderen. Dette tyder på at hun er på klatretur, noe fjellene også vitner om – det ser bratt og eksponert ut. Lappegard ser sprek, frisk og sporty ut, og bildeteksten lyder *til topps*.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Ekspedi-hva?

Utgivelsesår/nummer: 2012/2

Forfatter: Sandra Lappegard

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Jeg legger merke til hvordan ordet *eliten* blir beskrevet i 1:3: ”de det lyser jeg-er-ikke-redd-for-snø-og-kulde av, som går med oppbretta bukser i tjue minus og tenker at isbading er guds gave til folket”. De som ikke går under denne kategorien hører i følge Lappegard inn under ”de som enda ikke har kommet seg over Grønland, men som drømmer om Everest”. Det vil i artikkelen si slike som hun selv, som hun også omtaler som ”de som egentlig ikke føler seg helt i ekspedisjonsklassen”. Det er med andre ord verdt å legge merke til at det er store grupper av friluftslivsfolk som her havner utenfor. Også i denne artikkelen blir det personlige pronomenet *jeg* nevnt veldig mange ganger, totalt 12 ganger, i tillegg til at to av avsnittene innledes med ordet. Om vi følger Fairclough’s argumentasjon om at ”Overwording shows preoccupation with some aspect of reality – which may indicate that it is a focus of ideological struggle” (Fairclough, 2001:96), kan man anta at Lappegard er opptatt av seg selv, noe som kan speile den økende individualismen i samfunnet for øvrig.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Lappegard bruker det personlige pronomenet *vi* for å vise til alle de som leser artikkelen. På denne måten blir hun ikke alene i måten å se på ekspedisjonsfarerne på, som kommer fram i 5:1: ”De ekspedisjonsfarerne vi ofte forbinder med ordet, er jo en egen rase”. Store deler av artikkelen viser artikkelforfatterens subjektive verdier og sosiale identitet. Den autorale stemmen er veldig sterk i denne artikkelen, faktisk er det den eneste som kommer til uttrykk. Dette viser seg ikke bare i den kvantitative posisjoneringen, men også i forhold til den tekststrukturelle posisjoneringen. Lappegards synspunkt blir løftet fram i bildeteksten til bildet som følger artikkelen. Språket i artikkelen bærer preg av å være uformelt og direkte. Lappegard styrker sitt

etos ved å fortelle at hun ”ikke er helt i ekspedisjonsklassen, men at hun er på en ekspedisjonsfestival for å lære av de tøffeste gutta”. Det kommer tydelig fram at hun drømmer om å dra på en ekspedisjon.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Artikkelen har form som en slags fortelling, ispedd mange spørsmål om ting Lappegard lurte på omkring ekspedisjoner og ekspedisjonsfarere. Den er på et vis informerende, i det at hun forteller om hva slags folk som er på en ekspedisjonsfestival. Hun skaper et veldig personlig relasjonelt forhold til mottakeren, ved å ha en form på artikkelen som kan minne om et dagboknotat.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Artikkelen handler om artikkelforfatterens tur til en ekspedisjonsfestival på Finse, og hennes tanker om hva en ekspedisjon er og hvem ekspedisjonsfarerne er.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

En ekspedisjon handler i følge Lappegard om å utvide horisonten, heve lista litt høyere, og å gå ut av komfortsonen. Ekspedisjonsfarerne kan være alle slags folk, men en fellesbetegnelse er at de er tøffe.

Budskap

Alle vil på ekspedisjon, men det er dyrt. Derfor kunne det kanskje være en idé med et utstyrskorporativ?

Bildet

Bildet viser artikkelforfatteren på toppen av et fjell. Det er Lappegard som er i fokus, mens man kan skimte fjelltoppene bak henne. Hun ser frisk og sporty ut, og terrenget er bratt og eksponert.

1. Presentasjon av teksten

Tittel: Friluftsekspløsjon

Utgivelsesår/nummer: 2012/3

Forfatter: Sandra Lappegard

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Tittelen lyder *friluftsekspløsjon*. I teksten forteller Lappegard at FriFo har hatt rekordvekst i det siste, og har nå 700 000 medlemmer, men likevel øker folkehelseproblemene. Det er dette som er hovedsynspunktet, om man kan kalle det et synspunkt, i teksten. Lappegard lurer på hvorfor ikke folkehelsen har blitt bedre så lenge medlemstallene til FriFo har økt. Noen annen kobling til overskriften enn at FriFo har fått mange nye medlemmer finnes ikke, og jeg tør påstå at det er vanskelig å forstå sammenhengen i artikkelen. Et tydelig eksempel på en representasjon av virkeligheten som Lappegard velger å trekke fram og fokusere på i teksten, er 16 måneder gamle Tristan. Foreldrene har tatt ham med på ekstreme turer siden han var fem dager gammel – og turen man får lese om i denne utgaven av UTE er når Tristan drar på polarekspedisjon for å krysse Baffin Island.

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Den autorale stemmen får forrang i artikkelen, og det personlige pronomenet *jeg* blir hyppig brukt. Dette viser seg ikke bare i den kvantitative posisjoneringen, men også i forhold til den tekststrukturelle posisjoneringen. Lappegards synspunkt blir løftet fram i bildeteksten til bildet som følger artikkelen. Språket i artikkelen bærer preg av å være uformelt og direkte. Lappegard henvender seg til leseren i *en direkte du-form* flere ganger i teksten. Det blir stilt flere retoriske spørsmål, og innledningsvis fortelles det om hvor vellykket det var da forfatteren tok initiativ til å ta med seg en venninne på tur. På denne måten går Lappegard foran med et godt eksempel, og styrker dermed sin autoritet.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Lappegard presenterer folkehelseproblemet som et kjempeproblem for Norge, noe hun kan sies å ha rett i. Hun forteller også at hun mener mer penger burde bli satt av til friluftsliv, i forhold til hvor mye som går til konkurranseidretten. Språket som brukes i argumentasjonen er bestemt, og det gis ikke rom for å se saken på andre måter. Modus i teksten skifter mellom å innledningsvis være forklarende, deretter informerende om helseproblematikken og til sist direkte oppfordrende da hun i 6:10 foreslår at *du* kanskje skal ta med noen ferskinger på tur i sommer. Her bruker hun det modale hjelpeverbet *kanskje*, noe som gjør den imperative formen mildere.

Tema – det den handler om/tekstens tematikk

Folkehelseutfordringene øker, til tross for at FriFo melder om rekordvekst med stadig flere medlemmer. Dermed lurer Lappegard på hvorfor.

Hovedsynspunkt – det teksten sier om temaet/tematikken

Det er på tide at vi ser hvor viktig det er å satse for å øke folks fysiske aktivitet og helse. Lappegard mener at friluftsliv er løsningen for den dårlige folkehelsen, men at dette kun er mulig om det gis større bevilgninger til friluftsliv gjennom statsbudsjettet.

Budskap

Vi må få med flere ut på tur, så leserne blir oppfordret til å ta med seg en venn.

Bildet

Bildet viser artikkelforfatteren som klatrer. Hun har ikke på seg hjelm, så det kan se ut som det er buldring hun bedriver. Budskapet *bring en venn* blir nevnt også i bildeteksten, så man kan si at den tekststrukturelle posisjoneringen er sterk.

3.2 Diskursiv praksis

3.2.1 UTE

Magasinet UTE har eksistert siden 2001/2002 men har før den tid hatt ulike forløpere, kalt ”På ski og eventyr”, ”På ski” og ”Outdoor4fun”. Bladet ble kjøpt opp av Fri Flyt AS i 2008, og gjennomgikk etter dette oppkjøpet store forandringer og ”ble nytt”. Navnet ble den gang ”UTE – Norges nye friluftsbild”. Bladet kommer ut seks ganger i året. Blant faste spalter i bladet finner man en lederartikkel, et portrettintervju av ulike friluftspilfiler, utstyrstester, tur- og reisereportasjer, debatt- og kronikksider og ulike turtips. Redaktøren i UTE heter Sandra Lappegard. Hun ble ansatt i Fri Flyt AS i 2010, og tok over som redaktør etter Trygve Sunde Kolderup i UTE fra første utgave i 2011. Da skiftet også bladet navn til ”UTE – Norges sprekeste friluftsbild”. Magasinet distribueres av Interpress Norge AS. I deres beskrivelse av magasinet på deres nettsider står det at ”Ute beskriver de typiske utendørsidrettene. Alle aktiviteter fra sykkel til ski er representert”. Sommeren 2012 kom UTE med en gratis sommerutgave, hvor redaktør Lappegard forteller at

”Noen friluftsbild er tilknyttet både den ene og andre aktøren, men vi er hundre prosent uavhengige. Det betyr at du får vår ærlige mening om alt du leser om i UTE, uten påvirkning av andre”.

UTE er imidlertid et produkt og en del av Fri Flyt AS, som med årene har vokst seg til å bli en stor og viktig mediabedrift. Fri Flyt AS gir også ut magasinene Fri Flyt, Terrenghykel, Klatring, Landevei og Fri Flyt Snowboard. Alle magasinene har sine respektive nettsteder som hyppig oppdateres med aktuelt stoff. Redaktør for nettsidene er Tore Meirik. Fri Flyt AS arrangerer også ulike festivaler, konkurranser, filmpremierer, foredrag og kurs. Dette er blant annet Europas største toppurfestival, highcamp, i tillegg til Megapark, Terrenghykelrittet, Utflukt, Fjellfilm-festivalen, UTEcamp, Fjelllitteratur-festivalen og Fri Flyt- FilmTour. Fri Flyt AS har også et eget forlag med samme navn, hvor de gir ut bøker knyttet til aktivitetene de skriver om i magasinene. Fri Flyt AS er også grossist og nettbutikk, og har distribusjonsrettighetene på de ledende filmene innen ski og snowboard. I nettbutikken kan man også kjøpe abonnent til magasinene, bøker, klær og billetter til arrangementene. Fri Flyt AS ble etablert av Eivind Eidslott og Anders Waage Nilsen i Bergen i 1998, og holder i dag til i Oslo med over tjue fast ansatte, fordelt på en ledelse, en felles redaksjon, en

salgsavdeling, en markedsavdeling og en avdeling for grafisk utforming. Ansvarlig redaktør er i dag Erlend Sande. Denne mediabedriften har med andre ord mange jern i ilden i friluftsliv-Norge, og spiller slik sett en viktig rolle. Blant de ansatte er det også navn som går igjen på tvers av roller, andre arbeidsgivere og samarbeidspartnere. Et eksempel kan være tidligere redaktør og grunnlegger Eivind Eidslott, som i dag er redaktør i reklamemagasinet *Norrøna Magazine* som utgis av *Norrøna Sport*. Eidslott jobber også som forfatter og gir ut bøker på *Fri Flyts* forlag. Han er engasjert som fast medarbeider i UTE hvor han med jevne mellomrom har reportasjer som man kan lese mer om i nettopp bøkene han ellers skriver, og han er redaktør i reklamebladet *Norrøna Magazine* som utgis av *Norrøna Sport*. Han er turkompis med markedschef i *FriFlyt AS* Endre Løvaas, og ansvarlig redaktør for *FriFlyt* Erlend Sande. *Norrøna AS* er ofte hovedsponsor for friluftsttsarrangementene som *Fri Flyt AS* arrangerer, og de samme bildene som brukes som reklamebilder i *Norrøna Magazine* brukes som reportasjebilder i *FriFlyt*, *Terrengsykkel*, *Klatring* og *UTE*. Blant bøkene Eidslott har utgitt på forlaget til *Fri Flyt*, er ”*Toppturer i Norge*” og ”*Fjellbarna – Guiden til familiefiriluftsliv året rundt*”, som ble kåret til årets fjellbok i 2010/2011 på *Fjelllitteratur-festivalen*, et arrangement i regi av *Fri Flyt AS* i samarbeid med *Den Norske Turistforening*.

Som mange andre magasiner er også UTE avhengig av annonsører, og bladet er på denne måten også sterkt preget av reklame fra ulike klær- og utstyrsleverandører. Bladet har også en egen utgave kun for utstyr som kommer en gang i året, og som er kjent for å være omtrent dobbelt så tjukt som de øvrige utgavene. Annonsørene vil ikke bli representert i et blad som de ikke kan identifisere seg med, de vil ikke bruke penger på reklame som ikke selger. Også næringslivet har interesse i hvordan man skal beskrive friluftsliv. Reklameannonsene for produktene fra de ulike utstyrsleverandørene blir presentert av de beste utøverne, for å skape en tillit hos forbrukerne om at det er dette utstyret som duger. Dette blir ytterligere forsterket ved at det er disse utøverne som i tur og orden figurerer i den faste portrettintervju-spalten. De faste debatt- og kronikksidene har vokst til å bli et viktig forum for diskusjoner og meningsutveksling, hvor aktuelle problemstillinger i norsk friluftsliv engasjerer alt fra mannen i gata til stortingspolitikere, representanter for ulike friluftslivsinstitusjoner og andre viktige friluftslivspersonligheter. Et eksempel på dette var lederartikkelen i første utgave i 2010 hvor daværende redaktør Sunde Kolderup kritiserte DNTs kurs- og turlleder-virksomhet. Denne lederen ble blant annet gjengitt i flere lokalaviser og i *Aftenposten*, *Nationen*,

Dagens Næringsliv og Kapital. Artikkelen førte til at DNTs fagsjef for fjellsport sendte ut et brev til alle aktører knyttet til Norsk Fjellsportforum (NF) med en oppfordring om tettere samarbeid mellom ulike medlemsforeninger og fjellsportgrupper. UTE har med andre ord en viktig rolle i utviklingen av norsk friluftsliv ved å være en del av mediebedriften Fri Flyt AS, ved å være i posisjon til å sette saker på dagsorden og til at beslutningstakere påvirkes, og ved å være avhengige av ulike markedsleverandører og utstyrsprodusenter.

I lederartikkelen i bladets sommerekstra for 2012 forteller nåværende redaktør Sandra Lappegard at UTE er det friluftslivsbladet som øker mest, og at det i 2011 hadde en leservekst på 13 prosent til tross for at vi er i en tid da de fleste magasiner taper terreng (Norsk mediaindeks, 2012). Dette stemmer med tall fra Norsk Mediaindeks (2012). Det samme året hadde for eksempel bladene "Jakt & Fiske" og "Villmarksliv" en nedgang på henholdsvis 2,6 og 8,4 prosent. Samtidig er det viktig å huske på at disse tallene ikke betyr at UTE er Norges største friluftslivsblad. I 2011 hadde for eksempel "Jakt og Fiske" over seks ganger så mange lesere som UTE.

3.2.2 Målgruppe

Lappegard skrev som tidligere nevnt at "alt du leser om i UTE er uten påvirkning av andre". Skribenten er imidlertid ikke alene som teksten sin, fordi leserne må betraktes som aktive meningsskapere (Hitching, Nilsen & Veum, 2011). Dermed "eier" aldri den som skriver det språket han eller hun velger å bruke. Hvem kan jeg så anta at disse leserne er? På bladets nettsider står det at "UTES hovedmålsetning er å inspirere alle slags folk til opplevelser i frisk luft" (Waage Nilsen, 2010). Bladet er altså, i følge denne formuleringen, rettet mot friluftslivsfolk flest. "Friluftslivsfolk flest" er på den annen side en veldig sammensatt gruppe, og i følge statistikk for ukepressen har for eksempel bladet "Jakt og Fiske" seks ganger så mange lesere som UTE, så kanskje man heller kan si at det er disse som er "friluftslivsfolk flest"? Jeg følger Faircloughs eksempel og ser mer kritisk på dette. Hvem er egentlig disse tekstene rettet mot og ment å virke blant? (Fairclough, 2001). Kanskje tekstene er rettet mot to typer publikum? Perelman (2005, sitert i Nilsen, 2011:158) sier at

(...) ”den tale, der henvender seg til et partikulært publikum, har til hensigt at overtale, mens den, som henvender seg til det universelle publikum, har til hensikt å overbevise”

Vi kan anta at den partikulære gruppen har noen felles verdier, holdninger, meninger og oppførsel. Dette er friluftinteresserte folk som liker nye former for ikke-motorisert aktivitet. De er unge voksne og middelaldrende med tid og penger til slike aktiviteter. De har sannsynligvis nokså lik sosioøkonomisk bakgrunn, de fleste vil ha kjennskap temaer som blir tatt opp i bladet fra før, og de vil muligens ha de samme ideologiske synspunktene som bladet gir uttrykk for. Om jeg setter det på spissen kan vi anta at denne gruppen er et takknemlig publikum som ser opp til redaktøren i hans eller hennes posisjon i det aktive friluftsmiljøet. Vi kan også anta at de har mange av de samme forbruksinteressene og dermed tilhører det samme forbruksfellesskapet. Kanskje har de en fargesprakende Gore-Tex-jakke fra Norrøna øverst på ønskelista til jul, og en guidet tinderanglingstur i Hurrungane på andreplass. Den universelle gruppen, de alminnelige eller ”alle de andre” er imidlertid, i følge Perelman, en minst like viktig gruppe. Det er disse tekstene kan ha en overbevisende kraft på, de er potensielle nye abonnenter og kjøpere som på sikt kan styrke redaktørens og dermed bladets etos, gjennom å vise forståelse for og få mer innsikt og kjennskap til aktuelle friluftslivssaker. De er potensielle deltakere i UTEs friluftslivsdiskurs, og dermed kan UTEs ”vi-forhold” styrkes og på sikt føre til en større aksept for bladets meninger. Om målet er å nå ut til et bredt publikum, og ikke bare de som umiddelbart kunne tenkes å la seg overbevise vil det lønne seg å ha hva Fairclough kaller ”det fraværende perspektivet” (Fairclough, 1995:106). Om det er slik vil tekstene sannsynligvis bære preg av konkurrerende diskurser, og det kan være vanskelig å få øye på en tydelig og synlig ideologi (Fairclough, 1995).

3.2.3 Lederartikkel

En lederartikkel er en redaksjonell kommentar hvor en avis eller i dette tilfellet magasinet UTE, gir uttrykk for sitt syn i en aktuelle saker, og skrives som regel av redaktøren. Artikkene signeres derfor som regel ikke, men det forekommer. En lederartikkel har som regel en fast spalteplass (Wikipedia, 2012). I UTE er plasseringen først i bladet. I UTE har redaktøren for vane å signere lederartiklene med fornavn. Som beskrevet tidligere har UTE en betydelig definisjonsmakt i det norske friluftslivet.

Lederartiklene har en særlig tyngde i så måte, fordi det redaktøren skriver i disse er ikke bare hans eller hennes mening, men *magasinets* mening. At artiklene står for publikasjonens regning er med på å forsterke redaktørens autoritet. I artiklene settes aktuelle saker på dagsorden, i tillegg til at redaktøren gir informasjon til hva man kan forvente å lese om i den aktuelle utgaven. Gjennom å vise innsikt og kjennskap til friluftsliv-Norge, og å sette hendelser inn i politiske og historiske kontekster, kan også ”vi”-forholdet styrkes og på sikt kan dette føre til en større aksept for UTEs meninger. Den faktaorienterte journalistikken blir ofte satt i sammenheng med journalistisk objektivitet. Den nøytrale journalistiske skrivemåten er preget av en tilbaketrukket forteller, der fakta blir fremhevet i stedet for vurderinger og følelser (Høyer, 2002, Scudson, 2005, sitert i Hitching et. al., 2011:95). Lederartiklene i UTE bærer på sin side på mye av sistnevnte. Lederartiklene egner seg for en kritisk diskursanalyse i det at de er argumenterende i formen og er ment å representere bladets meninger om aktuelle friluftslivssaker.

Nåværende redaktør Sandra Lappegard

I profilen til Sandra Lappegard på www.friflyt.no blir hun beskrevet som ei ivrig friluftsjente som du sjelden ser i byen i helgene – da benytter hun anledningen til alle typer ski, padling, klatring, kiting og sykling. Hun har treårig journalistutdanning fra Volda og kommer fra Hallingdalen.

Tidligere redaktør Trygve Sunde Kolderup

Trygve Sunde Kolderup var redaktør for UTE siden bladet ble kjøpt av Fri Flyt AS i 2008 og fram til Sandra Lappegard tok over stillingen i 2011. Han har skrevet flere norske toppturguider, og reise- og friluftsbøker gitt ut på Fri Flyts eget forlag. Blant disse er ”Turer fra Finse” og ”Norske perler”. I Kolderups profil på www.friflyt.no får man vite at hans fritidsaktiviteter blant annet er freeride, telemark, toppturer sommer og vinter, is og bre, ulike former for klatring, surfing, stisykling, elvepadling, havpadling og kiting. Sunde Kolderup er i dag daglig leder hos turarrangøren Hvitserk & Eventyrreiser. Han er altså aktiv utøver av mange ulike aktiviteter, han har vært en sentral skikkelse i flere av disse miljøene over mange år. Han har mye erfaring som friluftslivsmann, journalist og forfatter.

3.3 Tolkning – Sosial praksis

Grunnantakelsen innen KDA er at språk i bruk, for eksempel i en lederartikkel i UTE, sjelden eller aldri formidler en nøytral virkelighetsbeskrivelse, men alltid bærer med seg et bestemt perspektiv (Hitching, Nilsen & Veum, 2011; Jørgensen & Phillips, 1999). Det er også tilfellet med lederartiklene i UTE; de er ment å angi bladets faglige og politiske profil. Sammenhenger mellom det man kan finne i tekstene og det samfunnsmessige kaller Fairclough for ”samfunnseffekt” (Fairclough, 2008; Hitching et. al., 2011). Rollen tekster kan ha i et bredere samfunnsperspektiv kan sies å være det som gjør en kritisk diskursanalyse interessant (Grue, 2011:124). Hovedfokuset mitt i analysen av lederartiklene i UTE har vært å synliggjøre perspektiver, for å få et grunnlag for å kunne si noe om hvordan dette bladet uttrykker makt og interesser i den norske friluftslivsdiskursen. Jørgensen & Phillips (1999) skriver at KDA egner seg til undersøkelser av kommunikasjonsprosesser i forhold til bredere samfunnsmessige og kulturelle utviklingstendenser. Ut i fra denne beskrivelsene kan man få inntrykk av at KDA gjerne handler om overordnede og sentrale samfunnsspørsmål på makronivå, noe som ville vært å legge ambisjonsnivået til denne masteroppgaven for høyt. Jeg har villet se nærmere på lederartiklene for å få en økt forståelse, og dermed et bedre grunnlag for å kunne få øye på underliggende mønstre i måten de skaper mening på. Fairclough (1992) gjør oppmerksom på at det kan være flere aspekter ved sosiokulturell praksis, og at det kan lønne seg å velge områder man vil fokusere på ut i fra hva man har kommet fram til i analysen av diskursiv praksis (Fairclough, 1992).

Jeg har gjennom analysen av tekstene kommet frem til flere mønstre og virkemidler som er med å uttrykke UTEs makt og interesser, og det er noen hovedtendenser. Disse blir presentert og oppsummert med konkrete eksempler nedenfor, fordelt inn under hva Fairclough (2001) omtaler som en teksts tre hovedfunksjoner: *1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten, 2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter og 3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker.*

1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten

Det er flere eksempler på hvordan artikkelforfatternes subjektive meninger og verdier kommer til uttrykk i artiklene. Fairclough ser på dette som valg som kan være

ideologisk motivert (Fairclough, 2001). Jeg har valgt å trekke frem fire tydelige eksempler, to fra hver redaktør:

1.

I lederartikkelen ”Velkommen til UTE” (4/2008) får leserne vite te at Kolderup har brukt sommeren til å delta på klatrekurs og å løpe orientering. Han har lyst til å lære å klatre, og synes kurs er en fin måte å gjøre det på. Kolderup har også lest polarbøker, og han drømmer om å krysse Grønland på ski. Han ser tilbake til en gang han var på familievennlige Hallingskeid i et kurs i friluftslivsjournalistikk. Ved å styrke sitt etos og sin sosiale virkelighet på denne måten viser Kolderup med enkle grep en tilhørighet til det tradisjonelle, det spreke og det ekstreme friluftslivet.

2.

I lederartikkelen ”Kortreiste guider” (1/2010) beskriver Kolderup DNT som *store, mektige DNT*, og at organisasjonen *toger inni* fjellbygdene. Dette gir et bilde av noen som brauter seg fram med stive albuer og skyver alle andre til side, en slags ”unna vei, her kommer jeg”. Andre kommersielle aktører blir på sin side beskrevet som *små* og *lokale*, noe som gir inntrykk av noe hyggelig og trivelig, noen som ikke driver sin virksomhet for å utnytte folk for å tjene penger, men av genuin lyst og interesse for hva de driver med. Det er interessant hvordan teksten fremstiller en frivillig, ikke betalt turlleder i det lokale DNT-laget på den ene siden, og en profesjonell tindevegleder på den andre siden. Kolderup tar det også for gitt at en profesjonell, internasjonalt godkjent tindevegleder ansatt i et kommersielt fjellføringsfirma alltid er mer kompetent enn en frivillig, ikke betalt turlagsleder i det lokale DNT-laget.

3.

I lederartikkelen ”Drømmetur eller guidet mareritt” (3/2011) beskriver Lappegard en drømme tur som *en drømmetur er en tur som er høyere, lengre og vanskeligere enn turer vi selv har kompetanse til å gjøre på egenhånd*. En slik definisjon på en drømmetur vil for eksempel bli stående i et motsetningsforhold til en oppfatning av en drømmetur som *møte med natur*.

4.

I lederartikkelen i ”Friluftsekspløsjon” (3/2012) mener Lappegard at friluftsliv er løsningen for den dårlige folkehelsen fordi friluftsliv er for alle, men hun faller ned på at dette kun er mulig om det gis større bevilgninger til friluftsliv gjennom statsbudsjettet. Et tydelig eksempel på en representasjon av virkeligheten som Lappegard velger å trekke fram og fokusere på i teksten, er 16 måneder gamle Tristan. Foreldrene har tatt ham med på ekstreme turer siden han var fem dager gammel – og turen man får lese om i denne utgaven av UTE er når Tristan drar på polarekspedisjon for å krysse Baffin Island. Hvilke indirekte signaler sender dette til leserne av UTE?

2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter

Alle artiklene har en sterk aforal stemme, og ekspressive stemmer er svake. Alle artiklene har også en sterk kvantitativ, tekststrukturell og visuell posisjonering av den aforale stemmen. Det er imidlertid forskjeller mellom hvordan de to redaktørene konstruerer avsender- og mottakeridentiteter, og noen generelle skillelinjer kan påpekes. Kolderups artikler er i større grad preget av en sterk verbal posisjonering. Han har sterke modalitetsmarkører og et mer formelt språk. Tekstene hans er mer argumenterende i formen og bruker i større grad adverbiale uttrykk for å understreke hva han mener er logiske koblinger. Dette kan ha en sammenheng med hvem Kolderup henvender seg til og hva budskapet er. Mens Lappegard stor sett henvender seg til leseren, snakker Kolderup direkte til forvaltningsmyndigheter, regjeringen og store frilufsorganisasjoner. Han bruker lederplassen til å ta opp aktuelle friluftssaker som går på viktige temaer som for eksempel hvem som skal bruke naturen og hvordan det skal foregå. Dette skaper debatt hvor viktige instanser i norsk friluftsliv engasjerer seg.

3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker

Begge redaktørene er opptatt av å skape et fellesskap og solidaritet med leserne. Personlige pronomen som *vi*, *dere*, *jeg*, *du*, *meg* og *deg* blir hyppig brukt. Fairclough (2001) nevner at en slik personlig du-form er særlig mye brukt innen reklame, men at det er noe som er i ferd med å spre seg også til andre mediearenaer. Slike argumenter henvender seg ofte til mottakerens følelser, og man kan kalle dette tekstens ”patos-

appell”. Tekstenes modus er informerende, forklarende og befalende. Dette er alle elementer som styrker forfatterens autoritet. Lappegards språk forsøker å skape en slags koselig, nær relasjonell modalitet ved å være veldig personlig og direkte, og ved å bruke mange modererende modale hjelpeverb.

Kolderup har et gjennomgående stort aktivitetsfokus, og skriver om tilrettelegging og kommersielle aktører. Lappegard fokuserer på helse og utfordringer.

I analysene har jeg lagt merke til to viktige motsetningsforhold. På den ene siden snakker Kolderup om naturvern men samtidig er han veldig opptatt av viktigheten av kommersielle aktører, bruk og et stort aktivitetsfokus. Lappegard understreker hvordan friluftslivet skal være for alle og at UTE skal være for alle, samtidig som hun er veldig opptatt av det spreke friluftslivet, utfordringer og friluftsliv for helsens skyld. Dette kan sees på som et gap mellom mål og innhold, mellom visjon og virkelighet, og jeg mener dette er en dobbeltkommunikasjon som gjør at bladet mister troverdighet. Dette kan sees på som et gap mellom mål og innhold, mellom visjon og virkelighet. Jeg mener dette er en dobbeltkommunikasjon som gjør at bladet mister troverdighet. Det kan virke som om UTE ikke klarer å ta klare standpunkter, eller å finne løsninger for å bruke og ta vare på naturen på nyskapende måter i sammenheng med et miljøvennlig verdigrunnlag? Norman Fairclough har et begrep han kaller ”det fraværende perspektivet” (Fairclough, 1995:106). Er det dette som gjelder i UTE? Også Breivik (1979) nevner at når det pluralistiske velferdssamfunnet ønsker alt velkommen og har en slags ”alt er like bra og alles behov skal bli dekket” kan det føre til at ”alle katter blir grå”. Med dette mener han at ved å tenke på denne måten unngår man å stille seg de viktige kritiske spørsmålene som handler om hva som er godt for oss og hva som er godt for naturen. Jeg har imidlertid trukket ut to hovedtendenser, som jeg har valgt å kalle for *helsediskursen* og *kommersialiseringsdiskursen*. Man kan si at disse spiller elementer fra samfunnet for øvrig, og at de gjensidig påvirker og blir påvirket av hverandre.

3.3.1 Kommersialisering og helse – to sider av samme sak

Aktivitetsfokuset og aktivitetene som kommer til uttrykk gjennom bilder og tekst i lederartiklene krever god fysisk form, mye utstyr og ekspertise og ferdigheter som i økende grad kan kjøpes gjennom kurs, utdanningsstiger og guiding. Dette gir meg

tanker om at det handler om å synes, konkurranse, sammenligning og måling. Kommersialiseringsdiskursen gir meg med andre ord assosiasjoner til et normativt syn å friluftsliv. Slik kan jeg trekke paralleller til sport, idrett og et helsefokus, og se sammenhengen mellom kommersialiseringsdiskursen og helsediskursen.

Friluftslivet i dag bærer preg av tilrettelegging, organisering, kursing i all slags aktiviteter og et stadig større utstyrsfokus. Analysene viser at UTE gjerne vil inkludere flest mulig aktiviteter inn under friluftslivsparaplyen. Alt fra tradisjonelle jakt- og høstingstradisjoner til basehopp og downhill-sykling. Alle skal med! Det har med andre ord blitt mye mer å velge mellom, og det kan virke som om naturen og storslåtte opplevelser i den har blitt butikk. Tordsson (2003) mener man kan si at det har skjedd en økt kommersialisering av friluftslivet som følge av den generelle velferdsøkningen i samfunnet. Han mener at denne kommersialiseringen har ført til en endring i hvordan vi bedriver friluftsliv, som igjen kan sees på som en tendens til at selve meningsinnholdet innen feltet er i forandring. I ”Drømmetur eller guidet mareritt” (3/2011) forteller Lappegard at *”Turopplevelsen får en ny dimensjon når jeg slipper å gå med nesa i kartet, kan bli vist til de aller beste plassene med en gang, og høre historier om det vi ser rundt oss”*. Lappegard mener altså at ”å slippe å gå med nesa i kartet” gir turen en ny dimensjon. Umiddelbart tenker jeg at det mest nærliggende vil være at turen mister en dimensjon, nemlig forståelsen og nytten av kart og kompass. Mange vil føle en mestringsfølelse over å kunne dette, og det kan sies at kart og kompass er noe som er helt essensielt i norsk turkultur. Det er en av fjellvettreglene: ”legg ikke ut på tur uten kart og kompass”. Og du skal kunne å bruke det. Gabrielsen (2006) minner oss på at om besteforeldrene våre hadde kommet i en vanskelig situasjon så hadde de trukket på skuldrene, funnet fram øks og bryne og fiskekroker. Er å kunne praktiske ting, å overleve i og av naturen kunnskap som er i ferd med å gå tapt. Når Tordsson (2003) snakker om en endring i meningsdimensjonen i friluftslivet, nevner han nettopp dette. Han snakker om hvordan turene og kursene som brer om seg gjør at erfaringslæringen i friluftslivet blir utfordret. Man kan se en tendens til at opplevelser blir salgsvare, og at om man mangler kompetanse innen et felt er dette noe som kan kjøpes. Med ett er friluftslivsutøveren på den ene siden blitt konstruert som en aktiv forbruker eller kunde, og på den andre siden fått en passiv rolle. Forbruker i den forstand at utøveren får ulike tilbud og velger et som passer til sitt behov. Den passive rollen består i at utøveren blir et ledd i en produksjonsprosess som er satt til opplæring i spesifikke ferdigheter for å få

kompetanse på kurs som er designet etter spesifikke kursmål. Fairclough (2008) sier at denne sameksistensen av slike aktive og passive konstruksjoner gjør at man kan manipulere folk ved å legge hva man kan kalle en ”individualistisk og konsumeristisk retorikk” over dem. Fairclough kaller dette en ”marketization of discourse”, hvor han ser markedsdiskurser kolonialisere offentlige institusjoners diskursive praksiser (Fairclough, 1992a, 1993, 1998, sitert i Jørgensen & Phillips, 2010). Dette er en prosess hvor sosiale felt som normalt ikke har til oppgave å produsere varer i en snever økonomisk forstand blir snakket eller skrevet om på en slik måte at det kan virke som om det er nettopp det de gjør. Han bruker utdanningssystemet som eksempel, og snakker om hvordan læringsprosessen og utdanningsløpet på universiteter og høyskoler i økende grad er preget av en ordbruk der begreper som ferdigheter og det å tilegne seg ferdigheter har en sentral plass. Her kan jeg altså trekke tydelige paralleller til friluftslivet, i hvordan det blir lagt opp til at friluftsliv er et produkt man kan investere i. I Lappegards beskrivelse av føringsturen får hun det til å virke som om vi alle vil ha det enklest mulig på tur, at vi vil ha det servert fiks ferdig i en pakke. At vi gjennom å betale for et produkt skal slippe å tenke selv, møte opp, bli underholdt og dra hjem igjen. Ved denne bruken av personlige pronomen virker det som om alle er enige om dette. I masteroppgaven ”I trykke hender – på ville veier” utfordrer Hallandvik (2010) dette synet. I en kvalitativ undersøkelse tar han for seg hvordan deltakerne på føringsturer reflekterer og beskriver over det å være med på en slik tur. Hallandvik ble gjennom Gurholts artikkel ”Eventyrlig pedagogikk: Friluftsliv som dannelsesferd” (Gurholt, 2010, sitert i Hallandvik, 2010) inspirert til å forsøke å se føringsturene i et dannelsesperspektiv. Ved å se på turene på denne måten argumenterer han for at man kan se det som at turene er tuftet på tradisjon og kontinuitet. Tolkningen gir rom for å mene at føringsturene er mer enn kun opplevelse og servert adrenalinkick, men at de også gir rom for erfaringer, ny forståelse og dermed dannelse.

I artikkelen ”Vilkårlig vern” (2/2009) skriver Kolderup

”Det må være en organisasjon som viser at naturvern ikke trenger å gå på bekostning av bruk... Den skal sørge for at det ikke lenger skal være mulig å utestenge grupper fordi de har vært små og svake. Eller fordi noen i Fjällreven-jakke frykter det nye og ukjente”

Disse ordene kan tolkes som at det ikke er miljøvernet som er det viktigste for UTE, men at naturvernet ikke skal gå på bekostningen av *bruken* av naturen. I artikkelen gjør Kolderup også et poeng med ”levende vern gjennom bruk”. Sammenhengen mellom naturvern og friluftsliv er klar; rike naturopplevelser vil skape lyst til å ta vare på naturen. Det vil øke viljen og engasjementet. Samtidig vil naturvernet øke sjansene for disse spennende opplevelsene blant annet ved å sikre artsmangfoldet blant dyr og planter. Men også direktoratet for naturforvaltning har slagordet ”Liv i naturen og natur i livet”, som har akkurat den samme meningen. Dermed kan man anta at det handler om *graden* av vern.

I artikkelen kommer det igjen til uttrykk at alle skal inkluderes. Det gis også et inntrykk av at det tradisjonelle friluftslivet og de nye aktiviteten settes opp mot hverandre. Med ”noen i Fjällreven-jakke” kan det tenkes at redaktøren mener en representant for ”det tradisjonelle friluftslivet”, men det gir et stereotypet bilde. En leser vil kunne få assosiasjoner til en person med en utslitt anorakk, treski og bambusstaver – med andre ord danner redaktøren et bilde av en slags Nils Faarlund-skikkelse. De fleste som i dag driver med for eksempel jakt eller fiske vil imidlertid sannsynligvis heller oppfatte en slik skikkelse som en karikatur snarere enn en representant for det tradisjonelle friluftslivet. Også utgave 5-2010 handler om konflikter mellom brukere av naturen og verneinteresser. I ”Fugl og folk” er diskusjonen hvorvidt brettseiling forstyrrer fuglelivet i et fuglefredningsområde i Nordhasselvika på Lista. Her er det verdt å merke seg hvordan Sunde Kolderup ordlegger seg. I løpet av de to første avsnittene gjentar han ordene *brettseiling*, *brettseiler* og *bølgeseiling* til sammen tretten ganger. *Fugl*, *fuglebestand* og *fugleliv* blir til gjengjeld nevnt tre ganger i løpet av disse avsnittene. Det er grunn til å tro at dette er bevisst fra redaktørens side, og at han her bruker repetisjon som et virkemiddel. I tittelen, ”Fugl og Folk”, blir også *brettseilere* brukt som et synonym på *folk*.

I artikkelen ”Kortreiste guider” (1/2010) bruker Kolderup ordene *tilrettelegging* og *verdiskaping* som positive ord som om dette er den eneste måten å se det på. Dette er imidlertid noe å være obs på – for kanskje dette er ord som er blitt naturliggjort, men at det finnes andre måter å tolke de på? Fairclough uttaler at ”The ideologies embedded in discursive practices are most effective when they become naturalized and achieve status as ”common sense”” (Fairclough, 1992:87). Jo mer naturliggjort en tolkning eller

fremstilling av ord som brukes er, jo mer samfunnsmessig makt får UTE. Nils Faarlund har blant annet uttalt at ordet verdiskaping er et misbruk av ordene verdi og skaping, og at ordet er blitt til for å tjene penger på å ødelegge natur. De kommersielle aktørenes økende tilrettelegging ville også Faarlund sannsynligvis kalt misbruk av naturen. I den samme artikkelen blir DNT nevnt 22 ganger. Budskapet i artikkelen er også en oppfordring til DNT, noe som gjør dette naturlig. Det som imidlertid er interessant er hvorfor Kolderup er så opptatt av DNT og ivrig etter å ta opp disse sakene? Et svar kan være at med den økende kommersialiseringen av friluftslivet settes forholdet mellom DNT og andre aktører på prøve. Debatten har oppstått i kjølvannet av at hele friluftslivsfeltet er i endring. DNT har arbeidet for det norske friluftslivet i 150 år, og har i dag over 235 000 medlemmer, noe som har ført til at man kan si organisasjonen har et hegemoni i den norske friluftslivsdiskursen. Det norske friluftslivshegemoniet blir nå utfordret, og UTE har en sterk stemme i så måte. Kanskje nasjonalbildet vi har av DNT, som en idealistisk, velmenende, ideell organisasjon i mariusgenser og nikkers bør redigeres? Det er nok tvilsomt om DNT vil støtte opp om disse profesjonelle føringsmiljøene slik Kolderup foreslår, da organisasjonen selv har beveget seg i denne retningen med guiding av turer som krever spesiell kompetanse og erfaring for å tjene penger. Gjennom fjellsportgruppene arrangerer DNT turer og kurs og tar betalt på lik linje med andre kommersielle aktører. DNT har dermed et konkurransefortrinn som ”ideell organisasjon”, blant annet grunnet det store medlemsantallet og muligheten til markedsføring. DNT har også fornyet seg, og dermed blir det debatt og motstand. Det som er problematisk er at siden DNT er bygget på frivillighet og dugnad, blir Kolderups argumentasjon et angrep på denne frivilligheten. Det kan virke som om Kolderup irriterer seg over at frivillig arbeid kan ødelegge markedet for nye, kommersielle krefter.

Som jeg gjorde rede for i kapitlet om den tredimensjonale modellen omtaler Fairclough (2008) ”diskurs” først og fremst som talt eller skrevet språk, men han forteller at han også ønsker å utvide begrepet til også å inkludere andre sosiale aktiviteter som produserer mening, som bilder, film, video og nonverbal kommunikasjon. Dermed er også bildene som følger med artiklene interessante. Fairclough (2008) mener bruken av fotografier i seg selv er et tydelig eksempel på reklamens og kommersialiseringens innflytelse i media. Bildene er med på å konstruere lesernes identitet, og tilbyr bestemte subjektposisjoner. Bildene viser en type sosial medlemskap, og slik sett blir potensielle kjøpere konstruert inn i en slik diskurs. Imaget må harmonisere med imaget potensielle

forbrukere har. Bildene er ment å fremkalle følelser og forestillinger om livsstil og væremåte (Fairclough, 2008). Det skapes et fysisk og sosialt miljø gjennom bildene som leserne kan identifisere seg med og se seg selv som en del av. I artiklene jeg har analysert forestiller bildene uten unntak artikkelforfatteren blid og rød i kinnene poserende foran flott natur. Aktivitetene som foregår eller akkurat har foregått er klatring, surfing, randonné-tur, frikjøring, tinderangling og padling. Et fellestrekk er at dette er svært krevende fysiske aktiviteter, og flere av dem krever mye utstyr. Dette er nok et aspekt ved kommersialiseringsdiskursen. Filosofen Arne Næss (1912 – 2009) forteller hva han observerte i 1990:

”Folk biter på utstyrs-kroken og forlenger arbeidsdagen og øker stresset i byen for å få råd til det mest ”moderne”. Slitne og med liten tid til overs raser de inn i friluftsområder og raser tilbake til byene. Verden vil bedras” (Næss, 1990:372).

Næss har også snakket om hvordan han mislikte å bli tatt bilde av foran fjell, da han mente dette ble feil fokus og å ikke vise den nødvendige respekt for fjellet, for det var fjellet og møte med naturen som stod for Næss som det viktigste.

Gjennom markedskreftene blir vi overøst med stadig nye tilbud, noe som kan virke distraherende (Næss & Haukeland, 2005). I analysen av diskursiv praksis pekte jeg på UTEs kobling til reklamebransjen og ulike utstyrsleverandører. De nye aktivitetene krever ofte mye utstyr. Før kunne diskusjonen handle om i hvilken grad det var nødvendig å ha tre ulike ski til langrenn, hopp og slalåm. I dag har en gjennomsnittlig skikjører klassiske langrennsski for gode forhold, klassiske ski for dårlige forhold, skøyteski, carvingski, pudderski, jibbeski, storfjellski og toppturski. I sin masteroppgave om friluftslivsutstyrets betydning i en folkehøgskolekontekst snakker Melby (2011) om at egenskapene til friluftslivsutstyret kan betegnes som denotasjon og konnotasjon, som betyr henholdsvis den egentlige betydningen og den sekundære betydningen. Den materielle og egentlige betydningen av en regnjakke er at den beskytter mot regn, mens den immaterielle og sekundære betydningen kan være at den aktuelle jakka symboliserer noe ovenfor andre. Klær og utstyr kan fungere som statusmarkører og gi tegn på kulturtilhørighet og personlig erfaring (Tordsson, 2010). Kanskje er det en tendens til at folk i dag legger mer og mer vekt på utstyrets immaterielle verdi? At de er opptatt av hvordan de tar seg ut og hva slags status og

tilhørighet det aktuelle plagget eller utstyret gir dem. Melbys undersøkelse viste at det er en tendens til at flere og flere kjøper utstyr på grunn av symbolikken og den sosiale statusen. Også Holm (2004:18) mener dette:

”Ideene om å tilføre produkter egenskaper som ikke er materielle, estetiske eller funksjonelle, men rent symbolske, har til de grader overtatt markedsføringen og designen av produktene. Det vil si, det ikke hvordan varen ser ut som teller, men hvilket navn den bærer, hvor mye den koster og hvilke assosiasjoner den gir”

Det handler om å bygge opp en identitet, en versjon av seg selv man gjerne vil vise til andre. De riktige klærne skal vise hvilken gruppe man hører til. I denne inndelingen og avgrensingen av nye grupper, av hva som er inne og hva som er ute, har dermed UTE et ansvar. Sverre Nøkling, bedre kjent som ”hulemannen”, har bodd 30 år i huler alene i fjellheimen. Da journalist Kjetil Østli møtte Nøkling på fjellet i forbindelse med et intervju for Aftenposten, hadde Nøkling flere lag med underbukser utenpå sine andre klær. ”Er man alene og ballene fryser, spiller det ingen rolle om underbuksa er innerst eller ytterst”, sa Nøkling (Østli, 2010). Det er imidlertid ingen av bildene som er valgt ut til å illustrere lederartiklene i UTE som viser personer med underbuksa utenpå ytterklærne.

Aktivitetene som ofte kommer til uttrykk i lederartiklene er aktiviteter som i media frontes av ekstreme typer som gjør ekstreme ting. Det er disse vi får tilbud om å identifisere oss med. Dermed skal også vårt utstyr og våre klær også tåle ekstreme påkjenninger. Utstyret skal være så bra at man har en høy grad av komfort uansett vær. Det er ofte jeg har observert kamerater på tur som har kommet i situasjoner hvor klærne eller utstyret ikke har fungert optimalt. Deres første utsagn har da vært at de må ha nytt og bedre utstyr. Forventingene til utstyret er med andre ord store, og man kan anta at også dette er skapt av paroler som ”guaranted to keep you dry” og ”hold deg tørr – uansett vær”. Å kjenne på naturelementene er opprinnelig en viktig del av friluftslivet (Repp, 2001). Å kjenne naturen som våt, tørr, varm og kald er viktig erfaringslæring. Gjennom annonsører og reklamer i UTE kan det virke som om man skal være skånet fra alt dette. Innen nye aktiviteter og friluftsutstyr finnes det også mange nye tekniske hjelpemidler, noe som igjen angår sikkerhetsaspektet og betydningen av erfaringslæring og betydningen av praktisk kunnskap i friluftsliv. Gurholt (2010) spør seg om ikke

telekommunikasjon som mobiltelefoner med internett og ulike applikasjoner, GPS og satellitt-telefoner kan føre til at den oppvoksende generasjonen av friluftslivsfolk mister viktig kroppslig fornemmelse, dømmekraft og intuitiv kyndighet. Gjennom ulike hjelpemidler kan man i dag vite hvor man er, hvor langt man har gått, hvor fisken står, hvordan snøkvaliteten eller andre vær- og føreforhold.

Klepp & Bjerck (2009) snakker om ”fritidsfabrikasjon”, et uttrykk oversatt fra ”Manufacturing leisure”, som er hentet fra rapporten ”Innovations in happiness, well-being and fun” (Pantzar & Shove, 2005, sitert i Klepp & Bjerck, 2009). Uttrykket er ment å bidra til å klargjøre forholdet mellom utstyret, aktiviteten og utøverne. Forfatterne mener det foregår en fabrikasjon av fritid, og at både forbrukere/utøvere av friluftsliv og produsenter bidrar i denne prosessen. Deltagerne i ulike friluftslivspraksiser må rekrutteres, tilegne seg kunnskap og ferdigheter både mentalt og fysisk og de må anskaffe seg utstyret som anses som nødvendig innen praksisen. Er som tidligere nevnt noe som stadig er i endring. Klepp & Bjerck lurer på hvordan dette oppstår, hvordan det opprettholdes og endres. Om man tar utgangspunkt i dette perspektivet om fabrikasjon av fritid vil det si å snu problemstillingen fra hva deltagerne får ut av aktiviteten, til hva deltagelsen i aktiviteten krever av deltagerne. Hva er det for eksempel med downhill-sykling som binder deltagerne til denne aktiviteten? Hva slags klær og utstyr som kreves for å delta og hvor stor variasjon i deltagelse og prat er det som tillates? Hvordan foregår endringene i forhold til dette? Hva slags klær, utstyr og koder er det som skiller denne aktiviteten fra for eksempel stisykling? Klepp & Bjerck mener årsaken til utstysveksten både kan skyldes endringer innen aktiviteten, og en utvikling mot mange ulike aktiviteter med hvert sitt utstyr. Angående å gå i fjellet skriver Klepp & Bjerck (2009) for eksempel at klærne må ligge innenfor rammene av praksisen å gå i fjellet. De forteller at klærne vil skape turen om til noe annet, på samme måte som en padleåre vil endre aktiviteten fra å ro til å padle. Forskjellen er først og fremst at vi ikke har klare ord som avgrensner og tydeliggjør dette. Et godt eksempel på dette kan være de som bruker Oslomarka til å gå på langrennsturer. Her ser man et tydelig skille mellom to grupper. Den ene gruppen har tettsittende, lett, teknisk og tynn påkledning. Disse har ofte også høy fart i sporet. Den andre gruppen har mer tradisjonell påkledning med anorakk, gamasjer, videre og mer klær. Den ene gruppen kan man si hører inn under paraplyen trening og sport og den andre med en mer tradisjonell turgåeraktivitet. Det er dette UTE bidrar med, å betydningstillegge ulike

former for friluftsliv. Her kommer bruken av språket inn i bildet, og man kan se hvordan UTE er med på å avgrense og tydeliggjøre hva som er in og hva som ut.

Da Stortinget på 80-tallet kom med den første stortingsmeldingen om friluftsliv, het det at ”...*opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse*” (St. meld. nr. 40, 1986-1987:12). I den samme stortingsmeldingen kom det også fram at regjeringen målsetting var å fremme det enkle, dagligdagse friluftslivet, og det skulle foregå i harmoni med naturen ”*Miljøverndepartementet mener at friluftslivspolitikken bør legge hovedvekta på en kjerne av ikke-konkurranspreget, ikke motorisert fritidsaktiviteter som foregår i allment tilgjengelige, naturpregede områder*” (St. meld. Nr. 40, 1986-1987:12). Ved den nye stortingsmeldingen om friluftsliv i 2001 beholdt regjeringen den gamle definisjonen av friluftsliv. Her kom miljøperspektivet tydeligere fram, men også her ser man helseperspektivet ”...*det sentrale er at friluftslivet er miljøvennlig og helsefremmende*” (St. meld. nr. 42, 2000-2001:11). I dag er friluftsliv et fag på Norges Idrettshøgskole, som i seg selv viser hvordan den offentlige friluftslivsdiskursen er preget av idrett, helse og fysisk aktivitet. Å være sprek og fysisk aktiv er blitt mote – og mange hevder at ”health is the new wealth”. Med redaktørskiftet i UTE fra og med første utgave i 2011 skiftet også bladet navn fra ”UTE - Norges nye friluftsmagasin” til ”UTE - Norges sprekeste friluftsliv”. I den første utgaven i 2011 er overskriften på lederartikkelen ”*Svette, snørr og helseeffekt*”. Her skildrer Lappegard hvordan hun går en topptur, og at denne blir i overkant slitsom. Underveis motiverer hun seg selv, og gir også gjennom den direkte henvendelsen til leseren et tips om at denne burde gjøre det samme: ”*Og skulle noen av motbakkene bli litt tunge, kan du tenke på at det er helse i hvert steg*”. Lappegard skriver også at ”*Fysisk aktivitet har størst positiv effekt på vår helsetilstand sammenlignet med andre tiltak. Foregår den fysiske aktiviteten ute i naturen blir effekten enda bedre*”. Her kan man se en sammenheng med Faircloughs begrep om en ”marketization of discourse” (Fairclough, 2001). Her blir sunnhetsytelser promotert som om dette var varer, og med dette henvender Lappegard seg til folk først og fremst som individuelle forbrukere. Men er det slik at folk går på tur i fjellet for å få bedre kondisjon og strammere rumpe og lår? I den tidligere nevnte undersøkelsen til Hallandvik (2010) om hvordan deltakere på føringsturer opplevde dette, ble naturen tonet ned i deltakernes beskrivelser, mens det fysiske aspektet framstod som viktig.

Denne gjengen var imidlertid en ensartet gruppe i forhold til sosiokulturell bakgrunn, og de hadde også tatt et aktivt valg om å bli med på en slik tur .

I artikkelen ”Friluftsekspløsjon” (3/2012) skriver Lappegard at det er på tide at vi ser hvor viktig det er å satse for å øke folks fysiske aktivitet og helse. Lappegard mener at friluftsliv er løsningen for den dårlige folkehelsen, men at dette kun er mulig om det gis større bevilgninger til friluftsliv gjennom statsbudsjettet. I artikkelen velger hun å trekke frem og fokusere på 16 måneder gamle Tristan. Foreldrene har tatt ham med på ekstreme turer siden han var fem dager gammel – og turen man får lese om i denne utgaven av UTE er når Tristan drar på polarekspedisjon for å krysse Baffin Island. Hvilke indirekte signaler sender dette til leserne av UTE? Også artikkelen ”Ekspedi- hva?” (2/2012) handler om ekspedisjoner. Lappegard skriver at *alle* vil på ekspedisjon, og at det handler om å utvide horisonten, heve lista litt høyere og å gå ut av komfortsonen.

I artikkelen ”Drømmetur eller guidet mareritt” (3/2011) skriver Lappegard videre at ”*vi vil komme høyere, lengre og på vanskeligere turer enn vi har vært på før*”. Her ser man et tydelig eksempel på hvordan den interpersonelle modaliteten er sterk. At ”det andre”, som alltid dukker opp i samme øyeblikk som ”oss selv”, kan gi et pek om hva det er den per nå gjeldende diskurs utelukker, og dermed hvilke sosiale konsekvenser det har (Jørgensen & Phillips, 1999). Men kan det tenkes at det i friluftslivs-Norge også finnes folk som ikke er ute etter å komme på toppen? Er UTE veldig opptatt av toppene? I artikkelen blir topp og topptur gjentatt mange ganger, noe som kan tyde på dette (Fairclough, 2001). Hva med de som trives med en annen tilnærming til friluftslivet? Hva med å gå en kilometer eller to innover skogen, spise matpakka, gå hjem igjen og ha hatt en fin tur? Hva med hensynet til andres verdier og opplevelser? De fleste som driver friluftsliv i Norge er eldre folk som går på tur, folk som driver med tradisjonelle aktiviteter som jakt- og fiske. Et ektepar som går på tur i skogen en stille sommerkveld vil bli forstyrret av en terrengsyklist i rasende fart, og det er flere ektepar på en stille spasertur enn det er terrengsyklister. Mellbye (1986) skriver om hvordan han ferdes i naturen på en annen måte. Også han understreker, i likhet med Tordsson (2003) hvordan opplevelser i naturen varierer fra menneske til menneske, og at friluftsliv slik sett er et dynamisk felt i stadig utvikling. Mellbye legger vekt på naturinntrykkene, og han skriver at han tror naturgleden er en grunnleggende glede og at den kan gi mentalt og

kroppslig overskudd som kan være til hjelp om vi blir syke. Om inntrykk han får når han er på tur i Nordmarka skriver han om ”de store utsyn, friskheten i luften, suset i skogen, blomstene, dyrelydene, dyresporene, stillheten, bekkelåten og bekkefaret, snøen, regnet, isen og varmen fra jord og berg”. Dette er en tilnærming som i større grad har fokus på *naturen*, i større grad enn *aktiviteten*. Arne Næss mente ordet aktivitet var for sterkt knyttet til idretten og derfor burde holdes borte fra friluftslivet. Han mente at om man valgte å vektlegge den fysiske aktiviteten gikk man bort i fra ideen om friluftsliv som liv i naturen. Om denne koblingen ble for sterk var Næss redd for at friluftslivet blant annet kunne arve det enorme utstyrspresset som idretten bar preg av (Næss, 1974). For Faarlund (1973) er idrett og vektlegging av fysisk aktivitet nettopp et uttrykk for kapitalisme, en arena hvor mennesker med mye utstyr konkurrerer og er opptatt av å synes. Han sier at ”Friluftslivet må for all del prøve å unngå de problemene idretten strir med: som for eksempel markedskreftenes styring, kommersialiseringen og den ensidige mediedekningen. Friluftslivet kan ikke ha som mål å skape mening og trivsel i en livsform som er rik på ting men fattig på mening”(Faarlund, sitert i Repp, 2001:269). Som tidligere nevnt så også Næss (1974; 1990) på idrett som et produkt av den økende markedsøkonomien, og mente at det var viktig å skille idrett og friluftsliv, fordi det var en grunnleggende holdningsforskjell mellom de to. Hvordan vi opplever naturen er individuelt, og er noe vi utvikler gjennom assosiasjoner vi tilegner oss gjennom hva vi opplever i friluftsliv, men også gjennom hvordan vi hører, leser og skriver om det.

3.3.2 Friluftslivet kan speile samfunnet

Tordsson (2003) hevder at friluftslivet i mange tilfeller kan speile samfunnet for øvrig. Ut i fra kommersialiseringsdiskursen og helsediskursen synes jeg at jeg ser en klar tendens til en økende grad av individualisering. Arne Næss uttalte en gang at han mislikte å bli tatt bilde av hvor han stod foran et fjell, nettopp på grunn av følelsen av at fokuset ble feil. Det var å vise liten respekt til fjellet og naturen (Næss & Haukeland, 2005). I hvert eneste bilde som er på trykk sammen med lederartiklene i UTE er det individet som er i fokus, og naturen kommer i andre rekke – bokstavelig talt. Tordsson (2010) beskriver friluftsliv som en vei til å utvikle personlig identitet for alle, uansett alder. I den moderne tilværelsen er det dette som er alles hovedoppgave, og identiteten kan kommuniseres gjennom utstyr, klær, tegn, koder, språk og atferd (Tordsson, 2010). Bischoff & Odden (2000) mener de ser en tendens til at friluftsliv er i ferd med å gå fra

en arena som uttrykker nasjonal identitet til en arena som uttrykker individuell identitet. Den norske musikeren Roy Lønhøiden synger i låta "Vann og ved" at "jeg har vann og ved, og jeg klarer meg med det". Lønhøiden ønsker å dra ut til koia si i skogen, fyre opp i ovnen og koke seg vann til en "kruttsterk kopp". Da har han alt han trenger. Den enkle hyttekulturen er noe mange nordmenn identifiserer seg med. Å dra til hytta på fjellet eller i skogen til alle årstider, er fortsatt en viktig friluftslivskultur i Norge.

Hyttekulturen har forandret seg, men det er mange, meg selv inkludert, som setter pris på ei enkel hytte uten innlagt vann eller strøm. Her liker jeg å gå lange skiturer på fjellski utenfor oppmerkede løyper, se på landskapet og høre på stillheten. Fridtjof Nansen uttalte at ungdommen måtte oppleve og lære "denne intense glede ved det enkle friluftsliv, det vi nå engang stammer fra, og ikke minst gleden ved nøysomhet" (Nansen, 1921, sitert i Repp, 2001. Tordsson (2003) og Gurholt (2010) setter spørsmålsteget ved om erfaringslæring, dannelse og praktisk kunnskap får en mindre rolle i framveksten av det nye, kommersialiserte og sportifiserte friluftslivet. Her kan jeg trekke paralleller til føringsturene som blir mer og mer populære. Kanskje vi har litt lyst til å gjøre som Chris McCandless, hovedpersonen i Jon Krakauers bestselgende roman "Into the wild" (1996), "experience the pleasure of suffering" og oppleve villmarka. Men de høyere, lengre og stadig vanskelige turene skal, ved hjelp av en guide, samtidig være sikre. På hytta vil mange av oss gjerne slite litt, hente vann og bære ved, og deretter kan vi slappe av og ha det varmt, trygt og godt. Hytteturen skal, på samme måte som føringsturen, ha elementer av begge deler – tøft og trygt. Men folk drar ikke på hytta og hogger ved fordi det er på moten. Forfatteren Lars Mytting solgte over hundre tusen eksemplarer av ei bok med navnet "Hel ved", som handler om hvordan man hogger, stabler og lagrer ved. Mytting uttalte at man kunne ha forklart fem tusen solgte bøker med kos og terapi ved hoggstabben. Hundre tusen solgte derimot kan ikke forklare det, da mener Mytting det handler det om hva som faktisk er nødvendig for folk flest, at folk ute på bygdene fyrer med ved og at de trives best med bestandige - evigvarende verdier (Mytting, 2011). Kanskje det er slik at offentligheten er veldig preget av hva trendsetterne gjør? Folk flest, grunnfjellet, de driver med sitt, men det er ikke synlig på samme måte i mediebildet. Som nevnt under analysen av diskursiv praksis hadde for eksempel "Jakt og Fiske" over seks ganger så mange lesere som UTE i 2011 (Norsk Medieindeks, 2012), og FRIFO har nå over 700 000 medlemmer (Lappegard, 2012). Gurholt (2010) hevder at dette er tilfellet, at det er de sterke røstene i samfunnet som blir hørt, de ressurssterke gruppene. Jeg mener vi også kan se dette i samfunnet for øvrig. Hvis man

ser på de menneskene som blir idealisert, de som figurerer i media som blir stilt fram som de store, suksessrike, vellykkede menneskene i samfunnet; dette er ikke ”gutta på gulvet”, det er meningsytrerne, som slik sett er med på å definere hele mediebildet. Et annet interessant trekk med disse menneskene er at de ofte gjør noe som ingen har gjort før, kanskje også noe som mange andre ikke synes er fornuftig. I høst ble for eksempel nyinnspillingen av Kon-Tiki en hit på norske kinoer, som viser hvordan framskritt blir til gjennom at noen tar sjanser. Kanskje er også dette noe som gjenspeiles i friluftslivet gjennom fokuset på ekspedisjoner, nye aktiviteter, bragder og oppdagelser? Disse turene og ulike aktivitetene skal også dokumenteres. Det kan virke som om det ikke holder å dele opplevelsen med de man er på tur sammen med, man skal også dele det med resten av verden gjennom sosiale medier. Det handler om å bli sett og hørt, om et kommunikasjons- og oppmerksomhetsbehov. Hvordan skal man bli kul på Facebook? Kanskje kulturen er lagt opp slik at om man ikke blir sett og får oppmerksomhet, så føler man seg som ingenting?

Fairclough mener man kan se kampen mellom forskjellige påstander som en diskursiv kamp (Fairclough, 2010). Om et felt bærer preg av flere diskurser kan dette være et tegn på at feltet er i forandring, ved at det kjempes om betydningstilleggingen. Hvilket friluftsliv er det som skal gjelde? UTE vil gjerne vil ha med alle, og inkludere ”alt” i friluftslivet. Jeg nevnte tidligere hvordan (Breivik, 1979) kritiserer det pluralistiske velferdssamfunnet ved at det ønsker alt velkommen og har en slags ”alt er like bra og alles behov skal bli dekket-holdning”. Han mente at en slik tankegang kan føre til en mørklegging av viktige saker i friluftslivet, at ”alle katter blir grå”. Med dette mener han at man unngår å stille seg de viktige kritiske spørsmålene som handler om hva som er godt for oss og hva som er godt for naturen. En lederartikkel er ment å representere bladet på generelt grunnlag, og som tidligere nevnt lovet Lappegard at man i UTE skulle få bladets ærlige meninger. Men har egentlig UTE noen egne, klare og viktige meninger om norsk friluftsliv? Kanskje kommersialiseringsdiskursen og helsediskursen, kan tyde på at det viktigste for UTE er å selge flest mulig blader? For å sette det på spissen kan man spørre seg om det blåser en kommersialisert helsevind diktert av en liten gjeng trendsettere med sterke stemmer? En slik vind vil kanskje også virke mot sin hensikt i forhold til at ”alle skal med”. Disse friluftslivsdiskursene kan virke ekskluderende og være med på å bestemme ”hvem som er inne og hvem som er ute”. Gurholt (2005) spør seg også om denne tankegangen, en endret måte å se på friluftsliv

på, også får innpass blant forskere og pedagoger som i det daglige jobber med friluftsliv. Slik kan dette også få en reell samfunnseffekt, og dermed forsterke det at noen hører til og andre ikke. Helsekursen vil utelukke de som ikke synes dette er et viktig aspekt ved friluftsliv, og kommersialiseringskursen den er en del av vil utelukke de som ikke har råd. Bildet som skapes i UTE er imidlertid at disse folkene ikke finnes. Helse- og kommersialiseringskursen jeg har kommet frem til i denne kritiske diskursanalysen tydeliggjør imidlertid et gap mellom mål og innhold og mellom visjon og virkelighet.

Fairclough snakker om at en sosial strukturering kan bli hegemonisk.

”The ideologies embedded in discursive practices are most effective when they become naturalized and achieve status as ”common sense”” (Fairclough, 1992:87).

Dette vil si en tilstand folk oppfatter som naturlig, som de ikke tenker over, og som på denne måten vil bli opprettholdt. Er UTE et strå i en bladåker som føyer og bøyer seg etter hvilken retning vinden i samfunnet for øvrig blåser?

4. Oppsummering og avslutning

I denne oppgaven har jeg studert hvordan friluftslivsmagasinet UTE tematiserer friluftsliv i samtiden. Ved å ta utgangspunkt i Norman Faircloughs tredimensjonale modell for kritisk diskursanalyse, har jeg analysert ti lederartikler i bladet i perioden 2008 – 2012. Slik har jeg utviklet en økt forståelse for hvordan disse artiklene uttrykker makt og interesser, som igjen sier noe om hva slags verdier og diskurser bladet fremmer og formidler i en offentlig friluftslivsdiskurs.

Analysen av lederartiklene viser flere mønstre og virkemidler som er med å uttrykke UTEs makt og interesser. Dette kommer frem i hvordan artikkelforfatterne bruker språket i forhold til hva Fairclough (2001) omtaler som en teksts tre hovedfunksjoner, som er: 1. Bestemte representasjoner av sosial praksis/virkeligheten, 2. Bestemte konstruksjoner av avsender- og mottakeridentiteter og 3. Bestemte konstruksjoner av relasjonen mellom avsender og mottaker.

Analysen av diskursiv praksis viser hvordan UTE spiller en viktig rolle i utviklingen av norsk friluftsliv ved å være en del av mediebedriften Fri Flyt AS, ved å være i posisjon til å sette saker på dagsorden og til at beslutningstakere påvirkes, og ved tett samarbeid med ulike markedsleverandører og utstyrproducenter. Den viser også hvordan redaktørene er viktige personligheter i mange ulike friluftslivsmiljøer i Norge, og at UTE er et friluftslivsblad som stadig vokser.

Gjennom analysene kom jeg frem til to hoveddiskurser, som kan sies å høre sammen. Disse er *kommersialiseringsdiskursen* og *helsediskursen*. Man kan si at disse speiler elementer fra samfunnet for øvrig, og at de gjensidig påvirker og blir påvirket av hverandre. De avdekker også hva jeg vil kalle for to viktige motsetningsforhold. På den ene siden blir det i artiklene snakket høyt om naturvern, på den andre siden om viktigheten av kommersielle aktører, bruk av naturen og et stort aktivitetsfokus. Det blir også tydelig understreket hvordan friluftslivet skal være for alle og at bladet UTE skal være for alle, samtidig som bladet er veldig opptatt av det spreke friluftslivet, viktigheten av utfordringer og friluftsliv for helsens skyld. Dette kan sees på som et gap mellom mål og innhold, mellom visjon og virkelighet. Jeg mener dette er en dobbeltkommunikasjon som gjør at bladet mister troverdighet. Det kan virke som om

UTE ikke makter å ta klare standpunkter, eller å finne løsninger for å bruke og ta vare på naturen på nyskapende måter i sammenheng med et miljøvennlig verdigrunnlag. Diskursene vil likevel bidra til at UTE ikke fungerer som et friluftslivsblad for ”Ola Nordmann” og familien ”Hvermannsen”, ved at det ikke holder sine lovnader. Det blir i økende grad et blad som retter seg mot et betalingskraftig publikum, noe som nok kan lønne seg i verdens rikeste land, om det er profitten som er det viktigste. Det er som Norman Fairclough sier, at enkelte diskurser har større gjennomslagskraft i massemedia enn andre (Fairclough, 1995; Jørgensen & Phillips, 1999). Ved å skrive om friluftslivet på en måte som indikerer at man må ha god råd og være i god form for å delta i det, kan det jo imidlertid tenkes at mange ikke kjenner seg igjen i dette og vil føle seg ekskludert? En økt kommersialisering og sportifisering av friluftslivet vil kunne føre til en knekk for den brede deltagelsen ved å skape økte sosiale skiller, og det kan bli et felt for de som har råd og mulighet, på samme måte som vi ser innen idretten.

4.1 Behov for videre forskning

For en fremtidig studie kunne det også vært interessant å se på det innholdsmessige i bladet. Her skrives det om brattkjøring på ski, klatreturer i Himalaya, ekspedisjoner til nord- og sydpolen, Grønland, Svalbard, downhill-sykling i Utah og elvepadling ned store fosser. Dette dominerer i forhold til en rolig tur i skogen bak huset, en fisketur i dammen bak hytta, eller en badetur til det lokale tjernet. Det vil heller ikke overraske meg om det snart kommer en reportasje i bladet som forteller om hvilke turer som gir leserne sprettrumper eller som forbrenner mest fett, noe som for meg personlig ikke har noe med friluftsliv å gjøre.

Referanser

- Andkjær, S. (2005). *Friluftsliv under forandring – en antologi om fremtidens friluftsliv*. Gerlev Idrætshøjskole: Forlaget Bævnebanke.
- Asdal, K. (2008). Saken. I: Asdal, K., Berge, K. L., Gammelgaard, K., Jordheim, H., Rem, T., Riiser-Gundersen, T. & Tønnesson, J. L. (Red.), *Tekst og historie: Å lese tekster historisk*. (s. 107-135). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bischoff, A. & Odden, A. (2000). *Bidrag til St.meld.nr. 39 – om friluftsliv*. Bø: Høgskolen i Telemark.
- Bischoff, A. (1999). *Friluftsliv, sikkerhet og ansvar: rapport fra seminar om sikkerhet i utdanning og opplæring 2-4 november 1998*. Norges Idrettshøgskole og Høgskolen i Telemark.
- Breivik, G. (1978). To tradisjoner i norsk friluftsliv. I Breivik, G. & Løvmo, H. *Friluftsliv: fra Fridtjof Nansen til våre dager*. Oslo: Universitetsforlaget
- Burr, V. (1995) *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Børli, H. (1957). *KONT-JO. Viser og vers fra tømmerkogen*. Oslo: Tiden Norsk Forlag.
- Chalmers, A. F. (1995). *Hvad er videnskap?: en indføring i moderne videnskapsteori*. København: Gyldendal.
- Chouliaraki, L. & Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh: Edinburgh university press.
- Coffey & Atkinson (1996) *Making Sense of Qualitative Data* London: Sage Publication Inc.
- Direktoratet for naturforvaltning (2012). Hentet 28 mai 2013 fra <http://www.dirnat.no/content/for-liv-i-naturen-og-natur-i-livet-gjennom-40-år>

- Den Norske Turistforening (DNT) (2012). Hentet 09 mai 2013 fra <http://www.turistforeningen.no/historikk/>
- Døving, R. (2009). "Hva er galt med forbruk". Minerva. Nettbasert tidsskrift. Hentet 20. August 2012 fra <http://www.minerva.as/?p=809>
- Enjolras, B. (2006). Senmodernitet, identitetsdannelse og idrettens kommersialisering. I: *Idrettens bevegelser*. Oslo: Interface Media AS.
- Faarlund, N.(1976). *Friluftsliv: hva - hvorfor – hvordan* (utgave 1). Kompendium nr. 32. Oslo: Norges Idrettshøgskole.
- Fairclough, N. (1992) *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London: Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. England: Pearson Education Limited
- Fairclough, N. (2003). *Analysis discourse: textual analysis of social research*. London: Routledge.
- Fairclough, N. (2008). *Kritisk diskursanalyse*. København: Hans Reitzels Forlag
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse analysis: the critical study of language*. Edinburgh: England: Pearson Education Limited
- Foucault (1977) *Discipline and punish: The Birth of the prison*. New York: Vintage Books
- Friluftslivets Fellesorganisasjon (FRIFO) (2012). Hentet 09 mai 2013 fra <http://www.frifo.no/960.1046.Om-FRIFO.html>
- Føllesdal, D. & Walløe, L. (2002). *Argumentasjonsteori, språk og vitenskapsfilosofi*. Oslo: Universitetsforlaget.

- Gabrielsen, B. (2006). *En mann. En skog. Ett år. Ingen plan*. Oslo: Kagge Forlag.
- Giddens, A. & Sutton, P. W. (2009). *Sociology*. Cambridge: Polity
- Giddens, A. (1997). *Modernitetens konsekvenser*. Oslo: Pax forlag.
- Grue, J. (2011). Kritisk diskursanalyse. I: Hitching, R. T., Nilsen, A. B. & Veum, A. (Red.), *Diskursanalyse i praksis. Metode og analyse*. (s. 111-134). Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Grue, J. (2012). E-post, 3.juli, 2012.
- Gurholt, K. P. (2005). Nature Narratives: Norwegian Youth Negotiating Local Traditions, National Myths and Global Trends. I Humberstone, B. & Nicol, R. (red.) *Old Traditions and New Trends: Examining what is Continuous and What is Changing in Young People's Lives and Outdoor Experiential Learning*. Ambleside: Brathay Hall, s. 13-23
- Gurholt, K. P. (2010). Eventyrlig pedagogikk: Friluftsliv som dannelsesferd. I: Steinsholt, K. & Gurholt, K. P. (red.). *Aktive liv. Idrettspedagogiske perspektiver på kropp, bevegelse og dannelse*. (s. 175-203). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Hallandvik, F. (2010). "I trygge hender – på ville veier". *Om å være deltager på føringsturer i høytjellet*. Mastergradsoppgave ved Norges Idrettshøgskole, Oslo.
- Hille, J., Aall, C. & Klepp, I. G. (2007). Miljøbelastninger fra norsk fritidsforbruk. En kartlegging. *VF-rapport nr. 1-2007*. Sogndal: Vestlandsforskning.
- Hitching, R. T., Nilsen, A. B. & Veum, A. (2011). *Diskursanalyse i praksis. Metode og analyse*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Holm, E. D. (2004). *Fra Gud til Gucci: et essay om makt*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

- Høyem, J. (2005). *Aktiv utøvelse av friluftsliv – et grunnlag for økt miljøbevissthet og miljørelevant atferd?* Oslo: Norges Idrettshøgskole.
- Jansen, K. & Mjelva, H. (2011, 5. februar). 3,5 millioner fritidsjakker – 2,9 millioner sportssko – 1,3 millioner ryggsekker. *BT Magasinet*, s. 10-17.
- Jørgensen, M. W. & Philips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde: Universitetsforlag.
- Kolderup, T. S. (2009). Lederartikkel. *UTE*, (2), (3), (4), (5)
- Kolderup, T. S. (2010). Lederartikkel. *UTE*, (1), (3), (5), (6)
- Klepp, I. G. (2005). Kledd for friluftsliv. I: *La stå!*. Oslo: Riksantikvaren.
- Krakauer, J. (1996). *Into the wild*. London: Pan Books
- Krange, O. & Øia, T. (2005). *Den nye moderniteten: ungdom, individualisering, identitet og mening*. Oslo: Cappelen Akademisk forlag.
- Kulbrandstad, L. A. (Red.). (1996). *Mellom linjene: tekstkunnskap for den videregående skolen*. Oslo: Aschehoug.
- Lappegard, S. (2011). Lederartikkel. *UTE*, (1), (2), (3)
- Lappegard, S. (2012). Lederartikkel. *UTE*, (1), (3)
- Locale, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony & Socialist strategy: towards a radical democratic politics*. London: Verso
- Macfarlane, R. (2003). *Mountains of the Mind: A history of fascination*. London: Granta Publications.
- Mellbye, F. (1986). Naturglede er helsebot. I: Gløersen, B. H., Gram, J., Hauger, T. & Ramsøy, F. (Red.), *Markagleder*. (s. 23-29). Oslo: Grøndahl & Søn Forlag AS.

- Mytting, L. (2011). *Hel ved: alt om hogging, stabling og tørking – og vedfyringens sjel*. Oslo: Kagge Forlag AS.
- Nansen, F. (1995). *Eventyrlyst*. Oslo: Cappelens forlag.
- Nilsen, A. B. (2011). Interkulturell retorikk – Osama bin Ladens makt. I: Hitching, R. T., Nilsen, A. B. & Veum, A. (Red.), *Diskursanalyse i praksis. Metode og analyse*. (s. 136-159). Kristiansand: Høgskoleforlaget
- Norsk Medieindeks. (2012). Hentet 10. november 2012 fra http://multimedia.api.no/www.kampanje.com/archive/04180/Ukepressens_lesert_4180301a.pdf
- Næss, A. & Haukeland, P. I. (2005). *Livsfilosofi. Et personlig bidrag om følelser og fornuft*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Næss, A. (1974). *Økologi, samfunn og livsstil*. Oslo: Universitetsforlaget
- Pedersen, K. (1995) På sporet av et mangfold av friluftslivsstiler. I Damkjær, S. & Ottesen, L. *Ud i det fri: sport, turisme og friluftsliv*. Odense: Odense Universitetsforlag
- Pedersen, K. (1999). *"Det har bare vært naturlig!" Friluftsliv, kjønn og kulturelle brytninger*. Doktoravhandling, Institutt for samfunnsvitenskap. Oslo: Norges Idrettshøgskole.
- Pedersen, K. (2003). Discourses on nature and gender identities. I Pedersen, K. & Viken, A. (red.) *Nature and Identity: Essays on the culture of nature*. Kristiansand: Høgskoleforlaget, s. 121-149.
- Repp, G. (2001). *Verdiar og ideal for dagens friluftsliv. Nansen som føredøme?* Oslo: Norges Idrettshøgskole.

- Repp, G. (2003). Eventyrlyst, meistring og karsverk. Nansen som foredøme. I: Fusche Moe, V & Loland, S (Red.), *I bevegelse: - Et festskrift til Gunnar Breivik på hans 60-årsdag*. (s. 184-198). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS
- Sandvik, B. C. (1998). *Skikk og bruk, bruk og kast: Klesvaner i det moderne Norge*. Oslo: B. C. Sandvik.
- Sisjord, M. K. (2005). Snowboard – en kjønnet ungdomskultur. *Tidsskrift for ungdomsforskning*, 5:65–82.
- St.meld. nr. 39. (2000-2001). Friluftsliv - Ein veg til høgare livskvalitet. Oslo: Miljøverndepartementet.
- St.meld. nr. 40. (1986-1987). *Om friluftsliv*. Oslo: Miljøverndepartementet.
- St.meld. nr. 42. (2000-2001). *Biologisk mangfold – sektoransvar og samordning*. Oslo: Miljøverndepartementet.
- Store norske leksikon (u. å.). *Hermeneutikk*. Hentet 15. Desember 2011 fra <http://snl.no/hermeneutikk>
- Storli, L. T. (2009, vår). Tingliggjøring av friluftslivet. I: *Friluftsliv*. Oslo
- Storm-Mathisen, A. (2008). *Kontekstualisert mening: en diskursiv analyse av unges klær og identiteter*. Oslo: UniPub. Avhandling ved Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi ved Det samfunnsvitenskapelige fakultet, Universitetet i Oslo.
- Strand, A. & Lervik, A. (2006). *Repetisjonshefte for EXPHIL*. Oslo: Manus.
- Svarstad, Hanne. (2009). Narrativitetens sosiologi*. *Sosiologi i dag*, 39, 29-56.
- Svennevig, J., Sandvik, M. & Vagle, W. (Red.). (1995). *Tilnærminger til tekst: Modeller for språklig tekstanalyse*. Landslaget for norskundervisning.

- Svennevig, J., Sandvik, M. & Vagle, W. (Red.). (1995). *Tilnæringer til tekst: Modeller for språklig tekstanalyse*. Landslaget for norskundervisning.
- Säfvenbom, R. (2005). *Fritid og aktiviteter i moderne oppvekst: grunnbok i aktivitetsfag*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Thagaard, T. (2003). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Tordsson, B. (2003). *Å svare på naturens åpne tiltale. En undersøkelse av meningsdimensjoner i norsk friluftsliv på 1900-tallet og en drøftelse av friluftsliv som sosiokulturelt fenomen*. Dr. Scient. avhandling. Institutt for samfunnsfag. Oslo: Norges Idrettshøgskole.
- Tordsson, B. (2010). *Friluftsliv, individ og samfunn*. Kristiansand: Høgskoleforlaget.
- Vaage, O. F. (2001). *Trening, mosjon og friluftsliv. Resultater fra Levekårsundersøkelsen 2001 og Tidsbruksundersøkelsen 2000*. Statistisk sentralbyrå.
- Vinje, E. (1995). *Tekst og tolking: Innføring i litterær analyse*. Oslo: Gyldendal
- Waage Nilsen, A. (2010). Hentet 04. oktober 2010 fra <http://www.friflyt.no/index.php?pagenr=12&artidnr=10190&zone=100&contenttype=>
- Waler, R. (2010). Er naturopplevelser og naturvern på veg ut av folkehøgskolens friluftsliv? I: *Folkehøgskolen*. Oslo: Norsk folkehøgskolelag.
- Østli, K. (2010). *Hjem, kjære hjem*. Hentet 10 november 2012 fra Http://www.aftenposten.no/amagasinet/Hjem_-kjare-hjem-5319940.html

Figuroversikt

Figur 1: Faircloughs tredimensjonale modell for kritisk diskursanalyse

Figur 2: En forenklet fremstilling av tekstanalysens prosess

