

Anja Helene Brenna

Hvilke kulturelle likheter eller ulikheter finnes det ved to surfecamper- som skal bygge på de samme prinsippene, men som ligger på hver sin side av jordkloden?

En kvalitativ studie av Lapoint sine surfecamper på Bali og i Norge

Bacheloroppgave i Samfunns- og idrettsvitenskap

Veileder: Martin Nesse

Mai 2019

Anja Helene Brenna

Hvilke kulturelle likheter eller ulikheter finnes det ved to surfecamper- som skal bygge på de samme prinsippene, men som ligger på hver sin side av jordkloden?

En kvalitativ studie av Lapoint sine surfecamper på Bali og i Norge

Bacheloroppgave i Samfunns- og idrettsvitenskap
Veileder: Martin Nesse
Mai 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosiologi og statsvitenskap

Kort sammendrag

Surfing er i dag den mest populære vannsporten som eksisterer (Warshaw, 2010). Hva er det som driver unge mennesker til å reise på surfecamper rundt omkring i verden? For å lære å surfe? For å lære om seg selv? Eller rett og slett bare for opplevelsen sin skyld? Det finnes utallige surfecamper rundt omkring i hele verden, blant alle disse finner vi Lapoint. Lapoint sine surfecamper er plassert på seks forskjellige steder rundt i verden hvor de mottar nye gjester hver eneste uke, i alderen 17-60 år. Men hvor ulike er egentlig to camper som skal bygge på de samme prinsippene, men som ligger på hver sin side av jordkloden? I denne oppgaven skal jeg se nærmere på to av Lapoint sine surfecamper, i Norge og på Bali. For å finne ut hvilke likheter og ulikheter som skjuler seg på disse to campene skal jeg bruke sosial identitet og kulturell forståelse.

Datagenereringen er gjort ved dybdeintervjuer av to kvinnelige hoster, ei fra Canggu og ei fra Hoddevik. Begge hostene har jobbet som managere på campene og hadde god oversikt over alle spørsmålene fra min intervjuguide. Sammenfatningen av denne studien har vist at miljø og nasjonalitet er med på å prege campenes subkultur og at begge campene derfor er svært forskjellig på mange kulturelle områder. Samtidig finnes det flere likhetstrekk blant hostene som jobber der. Men hvordan definerer vi egentlig en surfer? Er det de eventyrlystne, friluftsfolka som brenner for surfing eller de eksotiske og litt «hungover» folka som kjører moped med surfebrettet under armen?

Innholdsfortegnelse

<i>Kort sammendrag</i>	1
1. <i>Innledning</i> :	3
2. <i>Sosial identitet og kultur i livsstilsidrett</i> :	4
2.1. Sosial identitet:	4
2.2. Kulturell forståelse:	6
2.3. Bourdieus forståelse av makt og sosiale distinksjoner:	8
3. <i>Metode</i> :	9
3.1. Vitenskapsteoretisk grunnlag:	9
3.2. Bruk av dybdeintervju:	10
3.3. Strategisk utvalg av informanter:	11
3.4. Intervjuguide og gjennomføring av intervjuer:	12
3.5. Ethiske betraktninger:	13
4. <i>Analyse</i>	14
4.1. Lapoint Cangu	14
4.2. Lapoint Hoddevik:	19
5. <i>Sammenfattende drøfting</i> :	23
Bibliografi	26
6. <i>Vedlegg</i>	28
6.1. Vedlegg 1. Intervjuguide:	28
6.2. Vedlegg 2. Informasjonsskriv:	29

1. Innledning:

For flere 1000 år siden finner vi de første sporene av surfing i Polynesia, primært drevet av barn som en form for fritidsaktivitet. Derfra har surfing hatt en utrolig historisk utvikling, med Hawaii som gjorde surfing til en felles lidenskap for folket og vi kan med trygghet si at dette er surfingens fødeplass. Surfing er i dag den mest populære vannsporten som eksisterer (Warshaw, 2010). Én norm som fortsatt gjelder for surfing den dag i dag, er at aktiviteten drives uavhengig av konkurranse og timeplaner. Altså kan vi si at surfing er en type livsstilsidrett. Kort fortalt er livsstilsidrett en slags opposisjon mot: konkurranseorientering, organisering og idrettsbyråkrati og rigide treningsregimer (Hjelseth, 2018). Slik det ser ut i dag kan det virke som at ungdommer er lei av høy grad av organisering og konkurranse og at de derfor heller mot andre aktiviteter som for eksempel surfing.

Hvert år reiser unge voksne og ungdommer på surfecamp rundt omkring i verden (Winsnes, 2014). For å lære å surfe? For å lære om seg selv? Eller rett og slett bare for opplevelsen sin skyld? Akkurat hvorfor ungdommer reiser rundt til ulike surfecamper, kurs og lignende, er nok svært individuelt. Men hvorfor akkurat surfing? De siste årene har surfing som sagt bare blitt mer og mer populært. Det finnes utallige surfecamper rundt omkring i hele verden, blant alle disse finner vi Lapoint. En organisasjon som hovedsakelig driver med surfeleksjoner og som har vært på banen siden 2008/2009 (Lapoint, u.d.). Surfecampene er plassert på seks forskjellige steder rundt i verden hvor de mottar nye gjester hver eneste uke, i alderen 17-60 år. De driver en markedsføring hvor de når ut til svært mange mennesker, spesielt med bruk av sosiale medier. Her har de klart å promotere campen sin med kjente skandinaviske «influencere» som legger ut bilder og videoer på for eksempel *Instagram* med ulike konkurranser. Uavhengig av disse konkurransene er det fremdeles svært mange som kommer til Lapoint på alle tider av året og det ser ikke ut til at populariteten synker med det første (Lapoint, u.d.).

I denne oppgaven ønsker jeg å undersøke hvilke kulturelle kjennetegn campene på Canggu og Hoddevika har og hvorvidt det eksisterer ulike kulturelle normer og regler. Dette skal jeg gjøre gjennom to dybdeintervjuer med et tilhørende teoretisk perspektiv i lys av sosial identitet og kultur. Dette med formål å besvare følgende problemstilling: «Hvilke kulturelle likheter eller ulikheter finnes det ved to surfecamper- som skal bygge på de samme prinsippene, men som ligger på hver sin side av jordkloden?»

2. Sosial identitet og kultur i livsstilsidrett:

2.1.Sosial identitet:

Identitet er et vidt begrep som dekker mange definisjoner på en gang og er et sentralt begrep i moderne sosiologi. Det er også et begrep som virkelig har fått gjennomslag i organisasjonsteorien (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014). Identitet har i stor grad mye å gjøre med selvoppfatning og blir derfor brukt synonymt med dette begrepet. I dag brukes begrepet «identitet» ofte til å beskrive en person i forhold til et sosialt miljø og hvordan denne personen posisjonerer seg i miljøet. Noen velger derfor også å bruke definisjonen på identitet som «en persons sosiale plassering», for eksempel hvilke grupper de tilhører. Det blir også hevdet at en persons identitet er ethvert tilfredsstillende svar på spørsmålet «hvem er jeg?» Identitet omfatter da personens navn, biografi, yrke, nasjonalitet, kjønn, alder, tilhørighet til bestemte grupper, osv. (Skaalvik, 2017). I løpet av de siste årene på 1990-tallet og tidlig 2000-tallet ble interessen rundt «image», identitet og rykte økende blant organisasjoner og bedrifter. Disse begrepene ble knyttet til varemerkebygging. Dette varemerket blir et slags symbol som viser hvordan bedriften ønsker å eksponere seg selv (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014).

Å ha en identitet er et spørsmål om å vite hvem en er. For at det skal være meningsfylt å snakke om en persons identitet, kreves det at personen opplever en viss grad av stabilitet- at han eller hun er den samme i dag som i går. Når skifte av miljø, klær, frisyre, omgangskrets eller andre ytre symboler omtales som skifte av identitet, er det en misforståelse. Det innebærer et skifte av selvpresentasjon, mens identitet er mer grunnleggende (Skaalvik, 2017).

Sosial identitetsteori ble videreutviklet på 1980-tallet av Henri Tajfel som en distinksjon mellom inn- og utgrupper. Tajfel hevdet at fordommer hadde sin årsak i behovet for en positiv sosial identitet med en «inn-gruppe» (Høie, 2005). Så hvordan kan vi egentlig forklare inn- og utgrupper? Hvis du tenker over hvilke grupper du tilhører, og hvem du er i de ulike gruppene, kommer du antakelig fram til at du kan beskrive deg selv forskjellig avhengig av hvilken gruppe du er i. Inngrupper kan for eksempel være hvis du er med på en surfecamp, så vil denne gjengen utgjøre inngruppen for deg. Gruppene dere møter, er utgrupper. Dette er grupper som du forholder deg til uten å selv være en del av dem, og som ofte representerer det motsatte av din gruppe. For gjengen på surfecamp vil en utgruppe for eksempel være en gjeng

fra en annen surfecamp. En mer korrekt måte å uttale Tajfel sine inn- og utgrupper på i livsstilsidretten, vil være «insidere» og «outsidere». På samme måte som disse medlemmene utgjør en utgruppe for deg, er du en del av utgruppen for dem. Det interessante psykologiske fenomenet her er at vi ofte blir helt overdrevent positive til inngruppen vår, og minst like overdrevent negative til utgruppen. Dette er blitt dokumentert gjennom flere forsøk, blant annet Robbers Cave eksperimentet, som gikk ut på å se hvordan ulike grupper forholder seg til hverandre, og hvordan oppfatninger- også feilaktige- og fordommer spiller en rolle for atferden til gruppen og dermed også til den enkelte (Gjøsund, 2016). Du har kanskje opplevd det å for eksempel være del av et idrettslag under en kamp. I de fleste tilfeller vil man tenke at sitt eget lag er mye bedre enn motstanderlaget, og kan komme med utsagn til motstanderne som for eksempel: «feiginger, juksere, idioter». Oftest blir slike lag plukket ut helt tilfeldig, uavhengig av personlige egenskaper. Objektivt sett er det altså ingenting som tilsier at ditt eget lag har bedre personlige egenskaper enn det andre laget. Likevel er det slik vi ofte tenker (Gjøsund, 2016). For å skaffe et lite overblikk hvem som holder på med surfing, skal jeg også bevege meg litt inn på tidligere forskning som er gjort på akkurat dette området. Fokuset er på en artikkel fra *forskning.no* som heter «Kvinnelige surfere blir redusert til dekor» hvor vi møter Tommy Langseth som har uttalt seg om kjønnsroller i surfesporten.

Langseth har forsket på surfere på Jæren og analyser surfemagasiner for å finne ut hvordan kjønnsrollene innen surfing har endret seg siden kulturen oppstod på 60- og 70-tallet. Han er en av bidragsyterne i den nye antologien *Kjønnsmakt i idrett og friluftsliv*. *-Det interessante er at på syttitallet så var den typiske mannlige surferen en langhåra fyr med myke verdier som gjorde yoga og mediterte på stranda, sier Langseth.*

Sosial identitet i livsstilsidretten?:

Personer som driver med livsstilsidrett kan ofte gjenkjennes i mengden og gjør seg synlige gjennom sin levemåte, som vi blant annet ser på: klær, språk, uttrykksformer og utstyr. Livsstilsidretten kan også kjennetegnes gjennom økt bruk av stimulerende rusmidler (Hjelseth, 2018). Dette betyr automatisk ikke at alle som bedriver livsstilsidrett, uansett om det er snowboard, surfing eller klatring, er nødt til å følge hverken kles-normen, uttrykksformene eller aktivt bruke rusmidler. Mange vil kanskje mene at livsstilsidrett handler i størst grad om din egen identitet og ikke de rundt deg, derfor vil klesvalget være uavhengig av hva menneskene rundt deg sier og mener. Likevel har de fleste mennesker ganske klare og tydelige meninger om hvordan en typisk «surfer» ser ut. En av de første uttalelsene til

Langseth i artikkelen er følgende: *Vendingen som skjedde i surfekulturen på 1980-tallet har gått utover kvinnene i sporten* (Gullvik, 2015). Bakgrunnen for denne uttalelsen kommer av en reklamevideo for verdenscupen i surfing for kvinner i 2013. Til tross for at kvinnen i videoen er en av verdens beste surfere, får vi aldri se henne surfe i reklamevideoen. Videoen har skapt flere sterke reaksjoner blant både surfere og utenforstående observatører, da den fokuserer på kvinnekroppen og ikke på surfetalentet (Henriksen, 2016). Dette i tråd med flere kjennetegn tilknyttet livsstilsidretten. Det vi kan si om livsstilsidrett og surfing er at den er preget av hvit, heteroseksuell, vestlig middelklasse, med et klart flertall av menn (Hjelseth, 2018). Betyr dette at vi kan se tegn til disse stigmaene hos en surfecamp?

2.2.Kulturell forståelse:

I daglig tale får ordet «kultur» sin mening etter den sammenheng der ordet anvendes. Når noen framhever en konsert som en spesiell kulturopplevelse, når andre sier at vi må respektere eskimoene for deres kultur, når noen sier at visse deler av villmarka bør legges ut som kulturbeite, eller når politikere sier at vi må se kulturbudsjettet i forhold til sosialbudsjettet, så forstår vi hele tiden hva det betyr (Skirbekk, 1999).

Organisasjonskultur er inspirert av antropologien. Uenigheten innenfor antropologien om hvordan kultur skulle defineres har påvirket forståelsen av begrepet innenfor organisasjonsteorien. Det finnes en grunnleggende forståelse innenfor antropologien som sier at kultur kan forklare prosedyrene, systemene og mønstrene for hvordan vi erfarer livet. *Én definisjon er at kulturen inneholder den aksepterte måten å utrykke og bekrefte våre antakelser, verdier og normer på, og at vi ved å følge den unngår å være usikre i ulike situasjoner* (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014). Hvis man skal se på organisasjoner som kultur, er man nødt til å se på de sidene i organiseringen som medlemmene tar for gitt. Grunnen til at medlemmene tar det for gitt er ofte fordi de har blitt sosialisert inn i organisasjonen og deretter gjort seg opp en mening om hva som er «naturlig» å gjøre i ulike situasjoner og at det også ligger rasjonelle meninger bak disse handlingene. Det vil ofte være en fordel at den som skal undersøke organisasjonen, kommer utenifra slik at han eller hun ikke blir påvirket av kulturen og tar ting for gitt slik organisasjonsmedlemmene ville gjort. Hos organisasjoner ser vi at det utføres gjentatte felles handlinger og for å kunne oppnå dette fellesskapet er medlemmene nødt til å dele de samme meningene og tolkningene av verden. Organisasjonskultur hjelper medlemmene med å finne ut hva som er riktig og passende atferd i ulike situasjoner. Kultur vil også kunne redusere usikkerhet med tanke på omgivelsene som

ofte er i endring og den skaper kontinuitet ved å sosialisere inn nye medlemmer, slik at de nye vet hvordan de skal handle og hva de skal mene. Når medlemmene i organisasjonen deler de samme forestillingene gjennom kulturen skaper dette en form for identitet (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014).

Når levemåte, atferd, forestillinger og verdier skiller seg tydelig ut fra hovedkulturen, kan vi si at det er en subkultur. Noen ganger kan en slik subkultur nærmest framstå som et lukket samfunn i forhold til omverdenen. Og det ligger sterke føringer i retning av at en bare skal omgås andre innenfor den samme subkulturen, enkelte religiøse sekter er eksempler på det. Subkulturer har et kulturuttrykk som bryter med et dominerende kulturelt mønster (Andresen, Henningsen, & Kval, 2007). Ungdomskulturen kan også romme svært tydelige subkulturer med tilhørende sosiale markører som kommer til uttrykk i frø av klær, språk og verdier. Markører som kan bryte med dominerende kulturelle mønsteret i andre kulturer. Som vist tidligere ved livsstilsidrettens brudd med den organiserte idretten (Andresen, Henningsen, & Kval, 2007).

Etter hvert som sekstiåtteropprørets verdier ble assimilert inn i storsamfunnet, måtte også surfekulturen endre seg, hvis den skulle fortsette å framstå som en motkultur.

– *Det var nok på mange måter lettere å være kvinnelig surfer på syttitallet enn på åttitallet. På åttitallet ble opprøret snudd. Det ble et opprør mot det politisk korrekte,* sier Langseth.

– Og dermed fikk opprøret noen undertrykkende elementer i seg (Gullvik, 2015).

Surfekulturens forsøk på å være opprørsk og alternativ er altså noe som har gått ut over kvinner», skriver Langseth. Dette har han til en viss grad også sett i sine intervjuer med surfere på Jæren (Gullvik, 2015).

Livsstilsidretter som subkultur?:

Wheaton hevder at siden slutten av 1990-tallet har det subkulturelle stipendiet i ungdoms- og stilssammenheng gjennomgått en betydelig endring, i stor grad som svar på kritikk av tidligere forskning. Med unntak av at livsstilsidretten er relativt ny, finner vi likevel klare særpreg og kjennetegn ved den, sammenlignet med den organiserte idretten (Wheaton, 2013). Livsstilsidrett er ikke bare èn idrett, men en samlebetegnelse på flere individuelle idretter som finnes under den, som skateboard, surfing, kiting, fallskjermhopping osv. Flere av disse

idrettene blir kalt for «ekstreme» og «action-fylte. Dette er «labels», som har dukket opp gjennom de siste årene, med god hjelp fra media og samfunnet. Man kan anta at livsstilsutøvere derfor også ønsker å leve opp til dette varemerket. Wheaton definerer derfor livsstilsidrett som en subkultur, fordi idretten blir en livsstil og ikke bare en idrett (Wheaton, 2013). Surfing er en livsstilsidrett som er preget av hvit, heteroseksuell, vestlig middelklasse, hvor det er et klart flertall av menn (Hjelseth, 2018). Allerede her har vi en type subkultur som vi finner mange eksempler på i livsstilsidretten. Som nevnt over betyr ikke dette at alle som driver med livsstilsidrett faller ned i denne kategorien, men ofte er det slik at vi har blitt sosialisert inn i en gruppe eller organisasjon og derfor følger «det naturlige» i gruppa, for å ikke bli en såkalt «outsider». Subkultur og kultur har derfor stor sammenheng med sosial identitet å gjøre.

2.3. Bourdieus forståelse av makt og sosiale distinksjoner:

Pierre Bourdieu var en fransk sosiolog som bidro med mye ulikt arbeid for sosiologien. Blant hans mest kjente arbeid er maktrelasjoner i samfunnet og hans forståelse av habitusbegrepet. *En antagelse om, at menneskers virkelighetsforståelser og dermed også deres valg og handlinger et langt stykke underveis blir generert av internaliserende disposisjoner for å føle, tenke og handle på bestemte måter. Disse disposisjonene tilegnes gjennom et liv under bestemte sosiale forhold* (Solstad, 2014). Habitus er et kroppsliggjort fenomen og er basert på at vår væremåte og handlinger er et resultat av sosial situering, altså det som er oppfattet som det naturlige å gjøre i en situasjon. Dermed håndterer vi situasjoner uten å måtte tenke over hva vi skal si eller gjøre. *Siden habitus er kroppsliggjort vil den være varig og stabil, derfor kan vi forklare habitus som kjernen i en persons identitet. Habitus danner grunnlaget for vår personlighet og det er derfor vanskelig å forandre et individs identitet* (Solstad, 2014).

Ett av Bourdieus mest mest kjente arbeid er basert på maktrelasjoner. I hans teori om maktdominans finner vi et ganske sentralt begrep- nemlig doxabegrepet. Doxa er den maktstrukturen som eksisterer i et felt basert på de uttalte grunnregler som en kultur eller et felt fungerer etter. Når et felt er preget av innforståtte regler, normer og kriterier som ingen prater høyt om, men som man bare vet eksisterer, kaller Bourdieu for «doxa». For eksempel at det ikke stilles spørsmålstegn ved normer og praksiser på mannsdominerte felt. Ofte er det slik at dominans som maktrelasjon betyr at aktørene godtar den sosiale orden uten å reflektere over at det kan finnes andre og muligens bedre alternativer. Dette betyr likevel ikke at doxa aldri forblir uberørt. Innenfor et felt vil det alltid være nykommere som oftest forsøker å

utfordre den allerede satte doxaen. Hvis du ønsker å bli anerkjent i feltet er du helst nødt til å underordne deg feltets doxa. De som velger å støtte disse dominansforholdene blir oppfattet som «ortodoxe». De som *ikke* aksepterer underordning under feltets «doxa» og protesterer eller utfordrer den, fremstår som «heterodoxe». De heterodoxe i et felt kan føre til svekkelser i doxas posisjon og endringer kan dermed skje (Aakvaag, 2012 i Berglie, 2016). Selv om surfing har forsøkt å distansere seg i høyeste grad fra regler og konkurranse, har de også flere regler å forholde seg til. Regler kan defineres på to måter: skrevne regler og uskrevne regler.

– *Det handler om hvordan en bølge bryter, hvem som reiser seg først, også videre. Det er veldig strenge regler. Å stjele en bølge blir nesten sett på som en kardinalsynd i surfing, forklarer Langseth (Gullvik, 2015).*

I dag er 33 prosent av verdens 20 millioner surfere kvinner. Like fullt er det menn som har definisjonsmakten i sporten, ifølge Langseth. Kvinner er i stor grad redusert til dekor og kropp, slik som i verdenscup-reklamen fra 2013 (Gullvik, 2015). Samtidig så åpnet surfekulturens lekne, frie livsstil opp for et annet mannsideal fordi surfekulturen stod i opposisjon til samfunnets tradisjonelle krav om fast arbeid og ansvarlighet.

– *Surfemannen på syttitallet representerte et brudd med den tradisjonelle machorollen. De kom med et nytt manus for hvordan du kunne være mann. Du skulle leve som nomade, klare deg med lite penger, og heller reise rundt og følge bølgene. Det var en måte å bryte med den klassiske forsørgermaskuliniteten, forklarer Langseth (Gullvik, 2015).*

3. Metode:

3.1. Vitenskapsteoretisk grunnlag:

Det første og et av de viktigste valgene man tar i et forskningsprosjekt er hvilken metode som vil være mest hensiktsmessig å bruke og som vil gi det beste svaret på din problemstilling.

Ved valget mellom en kvalitativ eller kvantitativ metode falt valget mitt naturlig på kvalitativ metode da oppgaven min krever å gå i dybden på temaet. Gjennom kvalitative metoder vil man kunne hente mye informasjon fra få informanter. Ulike former for kvalitative metoder kan være for eksempel; intervju, observasjon og dokumentanalyse (Markula & Silk, 2011 i Berglie, 2016). I denne oppgaven ønsket jeg å fokusere på erfaringer og detaljerte

oppfatninger, med et formål om å forstå informantenes hverdag og hvordan de tolker sin egen jobb. Jeg ønsket også å kunne få mest mulig «inside information» basert på min problemstilling, slik at forståelsen for dette prosjektet ble mest mulig ekte og ærlig. I denne oppgaven valgte jeg å bruke dybdeintervju som metode.

3.2.Bruk av dybdeintervju:

Ved gjennomføring av dybdeintervjuer ønsker man hovedsakelig å skape en situasjon for en friere samtale som sirkler rundt spesifikke temaer som intervjuer har valgt ut på forhånd. Ved å velge ut noen spesifikke temaer på forhånd, skaper man en så avslappet og naturlig opplevelse av intervjuet som mulig. Når informanten føler seg komfortabel og rolig vil personen også lettere kunne reflektere over egne erfaringer og meninger knyttet til det aktuelle temaet for forskningen. I forhold til kvantitative undersøkelser, bruker intervjuer en mye mer åpen form for spørsmål, slik at informanten får reflektert mer rundt spørsmålene som blir stilt og dermed svarer mer utfyllende. I en intervjusituasjon finner vi også noe som kalles digresjon. Digresjon vil si at informanten får muligheten til å «spore av» på spørsmålet som ble stilt og komme med en historie utenfor tema som kan være med på å skape mer dybde og relevans i intervjuet (Tjora, 2017). Dybdeintervju er den mest utbredte datagenereringsmetoden innenfor kvalitativ forskning, sammen med semistrukturerte intervjuer. Ved bruk av intervju som metode øker du dine sjanser for å oppnå mest mulig nøyaktige og detaljerte beskrivelser.

Som hovedregel kan vi si at man bruker dybdeintervjuer der man vil studere meninger, holdninger og erfaringer. Vi er med andre ord ute etter livsverdenen til informanten (Kvale, 1997 i Tjora, 2017) eller verden sett fra informantens ståsted. Dybdeintervjuet som metode er basert på et fenomenologisk perspektiv, hvor forskeren ønsker å forstå informantens opplevelser samt hvordan informanten reflekterer over dette (Spradley, 1979 i Tjora, 2017). I dybdeintervju er vi opptatt av hvordan de knytter spesifikke følelser til erfaringer med, og opplevelser av, omorganiseringen. Innenfor et såkalt sosialkonstruktivistisk perspektiv er vi særlig ute etter å studere hvordan informantene skaper mening, eller en forståelse av sin virkelighet, på bakgrunn av de erfaringer og opplevelser de har, for eksempel i forbindelse med en slik omorganisering. Intervjuene handler ikke dermed bare om informantene, men kan brukes for å forstå sammenhenger utover informantene som individer (Tjora, 2017).

Dybdeintervjuenes kvalitet hviler på opparbeidet tillitt mellom forsker og informant, noe som er særlig viktig der vi forsker på sensitive temaer. Et intervju med en viss varighet og hvor det er lov til å snakke «litt rundt grøten» gjør at informanten blir mer komfortabel med intervjuet før man setter i gang med litt dypere eller vanskeligere spørsmål (Tjora, 2017).

3.3.Strategisk utvalg av informanter:

I denne oppgaven var jeg nødt til å ha en strategisk utvelging av mine informanter. I startfasen av dette prosjektet var jeg usikker på om det var deltakerne eller hostene jeg ønsket å intervju, men kom frem til konklusjonen at hostene vil gi meg mer stabile svar og har i tillegg mye mer informasjon om campen som organisasjon og om kulturen generelt.

Informantene som ble valgt ut i denne oppgaven er derfor gjort med et kriteriebasert utvalg. En kriteriebasert utvelgelse vil si at man velger informanter som lever opp til de egenskapene og kvalifikasjonene man setter seg på forhånd, dette kan være alt mulig som er relevant for din oppgave. Kriteriene som ble vektlagt i denne oppgaven var følgende:

1. Hostene må ha jobbet seg ferdig på campene.
2. Hoster er kun av det kvinnelige kjønn.
3. Informantene fra hver camp må ha vært managere for en bredere forståelse.

I en allerede mannsdominerende idrett fant jeg det hensiktsmessig å få perspektivet til kvinnene i denne oppgaven. På denne måten vil jeg kunne få ærlige svar fra kjønn som betraktes som «outsidere» og som vil gi mer objektive svar på kjønnsfordelingen på campen. Jeg finner det også mer informativt å prate med kvinner i denne oppgaven, da min oppfatning er at kvinner i flere tilfeller reflekterer mer over hvordan deres tilværelse er enn hva menn gjør. Jeg ønsket også å få en likestilt fordeling av informanter. Grunnen til at hostene ikke lenger kunne jobbe på campene var for det første; fordi jeg fikk beskjed av hovedansvarlig for Lapoint at jeg ikke kunne intervju hoster som var i arbeid, og for det andre; man får et litt annet syn på det man har vært en del av etter at man har sluttet fordi man får tid til å reflektere over tilværelsen sin. Prosessen med å finne informanter ble noe vanskeligere enn hva jeg hadde sett for meg. Etter at jeg selv var på Lapoint sin surfecamp på Bali fikk jeg et svært godt inntrykk av alle hostene, hvor de virket tilsynelatende avslappende og omsorgsfulle. Derfor var min tanke at de med en selvfølge ville stille opp på intervju. Jeg så også for meg at det ville være en fordel at jeg kjente to av hostene på Bali fra før, men likevel møtte jeg en del problemer med å avtale en tid som passet for alle. Blant annet sluttet den ene hosten å svare

meg. Jeg møtte også et hinder hos Lapoint sin hovedansvarlig som fortalte meg at jeg helst ikke skulle intervju noen hoster som for øyeblikket arbeidet for Lapoint, men at jeg kunne intervju noen som hadde sluttet der. Til slutt endte jeg opp med én kvinne fra hver camp som begge har vært managere.

3.4.Intervjuguide og gjennomføring av intervjuer:

Som informanter til oppgaven min fikk jeg som sagt én manager fra hver camp. Dette var to kvinner i 20-årene som begge var «ferdig» med oppholdet sitt hos Lapoint. I prosessen med kontaktetablering sendte jeg først ut en mail til lapoint.com med en liten introduksjon av meg selv og det jeg holder på med og deretter et informasjonsskriv. På dette ble jeg møtt med noe negativ respons og forstod raskt at hvis jeg skulle få tak i informanter måtte jeg gå direkte til de som hadde jobbet der. Deretter tok jeg kontakt med to kvinner via Facebook hvor jeg igjen presenterte meg selv og prosjektet mitt og sendte ut mitt informasjonsskriv. Siden jeg kjenner kvinnen som jobbet for Lapoint Bali krevdes det ikke å fremstå like formelt, men det ble heller en vanlig samtale om prosjektet mitt. Begge kvinnene var svært positive til prosjektet og ønsket gjerne å delta på intervjuet. Med to informanter i boks kunne jeg nå ferdigstille intervjuguiden min før intervjuene skulle finne sted.

En god intervjuguide bør omfatte sentrale tema med tilhørende spørsmål som avdekker informantens oppfatning av disse. Med dette bidrar intervjuguiden til å holde en god struktur under intervjuet. Spørsmålene bør være av en slik karakter at de får informanten til å fortelle om sine egne erfaringer og opplevelser. Dette oppnås ved formulering av åpne spørsmål som gir informanten mulighet til å utdype de tema de selv ønsker (Tjora, 2017 i Nesse, 2016). I begge dybdeintervjuene fulgte jeg samme intervjuguide og forsøkte å stille mest mulig like spørsmål, selv om ingen intervju kan bli helt identiske. I begynnelsen hadde jeg noen åpningsspørsmål med helt enkle spørsmål for å få samtalen i gang, deretter startet jeg rett på oppgaven med utfyllende og mer krevende spørsmål. Første delen gikk på campen generelt, hostene og kulturen, andre delen gikk på gjestene med ulike tilleggsspørsmål. Begge informantene kom med utfyllende og gode svar. Intervjuene tok ca. 30 minutter per informant. Dessverre så jeg i etterkant av begge intervjuene at jeg med fordel kunne stilt noen oppfølgingsspørsmål til noen av svarene jeg fikk fra informantene, blant annet hva de legger i uttrykket «typisk surfers». Av praktiske og økonomiske årsaker ble begge intervjuene utført over telefon. Dette er selvfølgelig tatt stilling til, da man over telefon mister effekten av «det

gode intervjuet» fordi kroppsspråk, uttrykk og bevegelser forsvinner (Tjora, 2017). Likevel satt jeg igjen med en følelse av å ha forstått begge informantene godt.

3.5.Etiske betraktninger:

Som hovedregel før begge disse dybdeintervjuene ga jeg tydelig beskjed til begge informanter at det var lov å trekke seg når de skulle ønske det. Sensitiv informasjon og personopplysninger har lett for å avsløres under et intervju, noe man som intervjuer er nødt til å ta hensyn til før man setter i gang intervjuet. Jeg var på forhånd av begge intervjuene klar over at sensitiv informasjon ikke ville være særlig aktuelt her, da spørsmålene er noe generelle og ikke går direkte ut på enkeltindivider. Siden dette er noe som er vanskelig å kunne si noe om på forhånd har jeg likevel opplyst i informasjonsskrivet at intervjuet er anonymt og at personopplysninger vil bli sensurert i oppgaven, slik at ingen vil «komme til skade» etter intervjuet. Under begge intervjuene gikk samtalen flytende hele veien, uten at noe form for sensitiv informasjon dukket opp eller hvor informanten ba meg fjerne eller sensurere noe som ble sagt (Tjora, 2017).

Kvalitetsvurdering:

Indikatoren på kvalitet i kvalitativ forskning vil ofte bli påvirket av fire ulike forhold: *pålitelighet, troverdighet, transparens og forskerrefleksivitet.*

Pålitelighet handler enkelt sagt om sammenhengen gjennom hele forskningsprosjektet. En forsker vil alltid ha en form for engasjement rundt temaet som forskes på, dette engasjementet vil i tematikken kunne betraktes som støy i prosjektet fordi det kan påvirke resultatene. Uavhengig av at forskerens engasjement blir sett på som støy er det også en helt nødvendig ressurs for å kunne redegjøre for egen posisjon og engasjement. Troverdighet oppnås når studiets utvalg er representativt og variabelt. Tekster som er produsert av en forsker vil heller aldri være helt nøyaktige fordi de tolkes av forskeren etter den kvalitative forskningen. For å gjøre leserne oppmerksomme på dette, blir de metodiske valgene nøye beskrevet i oppgaven, noe som igjen fører til høy grad av transparens (Markula & Silk, 2011 i Nesse, 2016), (Tjora, 2017).

Transparens, eller gjennomsiktighet, handler om i hvor stor grad valgene du har tatt i oppgaven formidles på en god og forståelsesfull måte. Formålet med transparens er at leseren skal få et godt innblikk i forskningen slik at de kan ta stilling til forskerens kvalitet og på en

enkel måte kunne vurdere om funnene fra prosjektet har overføringsverdi til andre kontekster. Det siste forholdet for å sikre kvalitet i kvalitativ forskning er forskerrefleksivitet. Refleksiviteten er basert på forskerens refleksjon rundt sin rolle i studien og hvordan denne rollen påvirker dataene og funnene (Markula & Silk, 2011 i Nesse, 2016), (Tjora, 2017). Her vil jeg også ta hensyn til meg selv som gjest og observatør på Lapoint Cangu, noe som kan påvirke studiets refleksivitet. I denne oppgaven har jeg også basert noe av analysen min på hvordan jeg observerte campen og hostene som jobbet på Cangu.

4. Analyse

Analysen vil presenteres i lys av problemstillingen: «Hvilke kulturelle likheter eller ulikheter finnes det ved to camper- som skal bygge på de samme prinsippene, men som ligger på hver sin side av jordkloden?» I første del vil jeg presentere funnene mine fra Bali, deretter fra Norge og til slutt sammenligne disse funnene. I analysen går informantene under navnene «Bali» og «Norge».

4.1.Lapoint Cangu

Sosial identitet:

I dag brukes begrepet «identitet» ofte til å beskrive en person i forhold til et sosialt miljø og hvordan denne personen posisjonerer seg i miljøet. Noen velger derfor også å bruke definisjonen på identitet som «en persons sosiale plassering», for eksempel hvilke grupper de tilhører (Skaalvik, 2017).

Hostene sin hovedoppgave er å prøve å sosialisere hele gruppen så fort de har ankommet campen. Hver uke kommer det en ny gjeng med gjester, så hver uke er det alltid den standard-samtalen som «hei, hvor er du fra? Hvordan går det?» Mye går derfor ut på å bryte isen-spesielt de første dagene (...) Dette gjør de med å få folk med på volleyball eller ha aktiviteter på kveldene med brettspill, musikkquiz osv. På Lapoint er også alle supervennlige (som en familie), vi er ekstremt nære hverandre. Jeg synes firmaet er så fantastisk fordi man står så nær det andre personalet i de andre campene også, så man blir en stor familie. Det er noe jeg virkelig beundrer og setter stor pris på i et firma (...)

Ut ifra det hun forteller meg i intervjuet får jeg et godt inntrykk av hennes oppfattelse av hostene. Selvsagt kan det være at hun ikke tørr å si noe annet, men på den andre siden har jeg selv vært gjest hos Lapoint Canggu og kan bekrefte det informantene sier om hostene sin oppgave og hvordan de oppfører seg. Jeg stilte også et spørsmål direkte rettet mot informantene sin identitet og bakgrunn:

Jeg bodde i England og hadde en kontorjobb, men jeg ville ikke jobbe på et kontor lenger. Så jeg kikket meg omkring etter noe helt annet og søkte deretter jobb hos Lapoint. Jeg ville jobbe utendørs, jeg ville surfe igjen. Derfor tenkte jeg «hvorfor leve et kontorliv når jeg vet at jeg kan leke meg ute og surfe?» Jeg har ikke jobbet noe særlig med en slik camp før, jeg jobbet på en camp for barn hvor vi underviste om overlevelse og overlevelsesinstinkt. Jeg har også jobbet på en camp i Spania, med barn der også, hvor vi lærte de å snakke engelsk.

Informantene kunne også fortelle meg at hun hadde drevet med surfing før og at hun startet da hun var 15 år. Hun fortalte at surfing var noe hun likte å gjøre og at hun lærte seg det veldig fort. Tajfel hevdet at fordømmer hadde sin årsak i behovet for en positiv sosial identitet med en «inn-gruppe» (Høie, 2005). Betyr dette at det stilles et krav til hostene at de må ha drevet med surfing før de søker jobben, for å kunne bli inkludert i «inn-gruppen»?

Jeg tror absolutt det må ligge en lidenskap bak surfing, eller så burde man minst ha surfet én gang før. Det ville vært ganske dumt om man søkte jobb der, men ikke kunne noe som helst om surfing fra før av. Jeg tror definitivt det er mye bedre å være trygg i surfelementet før du søker på en slik jobb.

Uavhengig av erfaring, lurte jeg også på hvordan fordelingen av kjønn blant hostene var på begge campene. Hun kunne fortelle meg at de prøvde å holde det så jevnt som mulig, så helst er de to gutter og to jenter. I tillegg ønsker Lapoint å ha en kvinnelig manager (som var hennes posisjon) fordi det er såpass mange fler jenter på campen generelt. Noe som var ganske overraskende ut ifra hva forskning sier om kjønnsfordelingen i surfing (Gullvik, 2015). Det hun forteller er at det rett og slett er fler jenter som besøker Lapoint enn det er gutter, slik at de helst ønsker en kvinnelig manager som kan ta seg av gjestene grunnet den store fordelingen blant kjønn. Det at Lapoint ønsker å holde kjønn så jevnt som mulig kan nok

også tyde på at de er klar over hvordan kjønnsfordelingen vil bli hvis de ikke setter inn visse tiltak.

Lapoint sin surfecamp består ikke bare av hoster, men også gjester. Gjestene som kommer til Lapoint var jeg nysgjerrig på å finne ut mer om. For det første hvem de er, men også hva som driver dem til å velge enten Bali eller Norge. For at det skal være meningsfylt å snakke om en persons identitet, kreves det at personen opplever en viss grad av stabilitet- at han eller hun er den samme i dag som i går. Når skifte av miljø, klær, frisyre, omgangskrets eller andre ytre symboler omtales som skifte av identitet, er det en misforståelse. Det innebærer et skifte av selvpresentasjon, mens identitet er mer grunnleggende (Skaalvik, 2017).

De aller fleste kommer fra Skandinavia, Norge, Sverige og også utrolig mange fra Island. I tillegg kommer det også folk fra Canada, Sør-Amerika, Australia. De har akkurat gjort seg ferdig med skolen, dette kommer litt an på årstiden, men ofte er det folk som starter ferien sin etter de er ferdig med videregående. Gjestene er da ca. 18-20 år, mens gjennomsnittet er rundt 20-23 år (...)

Jeg tror de aller fleste kommer hit for å prøve å surfe. Bare det å ha stått på et brett og kunne si «hey, jeg har også surfet en gang» men også at mange kommer hit for nattlivet og bare Bali-opplevelsen. Jeg vet også at maten her er ganske særegen og god, så det kan også være en faktor som spiller inn for noen. Før brukte vi å ha en camp som lå på vestkysten, helt nede ved stranden, utrolig fin beliggenhet, men det var alltid veldig stille og ofte helt dødt i forhold til campen i Canggu. Så uavhengig om du ville fått en mye bedre surfeopplevelse på denne campen så valgte nesten alle å dra til Canggu, noe som viser at det er livsstilen gjestene foretrekker på Bali- å møte mange mennesker, feste, uteliv osv.

For gjestene på campene handler det nok mer om selvpresentasjon, enn om identitet. Når gjestene ankommer campene blir de veldig fort preget av den allerede etablerte subkulturen, og for at de lettere skal gli inn i gruppen og unngå å bli en «outsider», er det nok mange som endrer litt på selvpresentasjonen sin uten at dette nødvendigvis endrer identiteten deres (Skaalvik, 2017).

Kulturell forståelse:

Kultur vil kunne redusere usikkerhet med tanke på omgivelsene som ofte er i endring og den skaper kontinuitet ved å sosialisere inn nye medlemmer, slik at de nye vet hvordan de skal handle og hva de skal mene. Når medlemmene i organisasjonen deler de samme forestillingene gjennom kulturen skaper dette en form for identitet (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014).

Lapoint har gitt denne kulturelle beskrivelsen av Canggu sin camp;

«Bali er den perfekte destinasjonen for de som vil lære seg å surfe. Kombinasjonen av perfekte bølger, et tropisk klima, vennlige mennesker og fantastisk mat, er den ultimate introduksjonen til surfelivsstilen» (Lapoint, u.d.).

Det er definitivt en slik subkultur her hvor folk drar ut og har fester osv. Folk kommer til Bali for å surfe, men det er definitivt en party-kultur her nede (...) Noen ganger er det faktisk slik at surfing ikke er en prioritet når de kommer til Bali, noen ganger kommer surfing på andre plass fordi fest og fyll kommer først. På Sri-Lanka så finner du bølgene rett utenfor campen omtrent, noe som også kanskje vil gi en mer surfeopplevelse enn hva Canggu vil gi deg fordi Canggu er et såpass party, hektisk og folksomt område, noe som gjør at mulighetene for å drive med andre ting enn surfing også blir mye større, spesielt med den aldersgruppen vi har her.

Jeg kan høre på tonefallet til informanten at dette er noe hun synes er ganske trist. Jeg får inntrykk av at partykulturen har tatt over for veldig mye annet der nede, og at det spesielt går utover de som kun ønsker å surfe, eller de som faktisk ønsker å vite mer om Balinesisk kultur. For noen kan dette ødelegge den surfeopplevelsen de hadde sett for seg før de reiste- for andre kan dette være grunnen til at de reiser til Lapoint Canggu. Når levemåte, atferd, forestillinger og verdier skiller seg tydelig ut fra hovedkulturen, kan vi si at det er en subkultur. Noen ganger kan en slik subkultur nærmest framstå som et lukket samfunn i forhold til omverdenen (Andresen, Henningsen, & Kval, 2007). Jeg spurte informanten hva hun tror skiller Bali fra Norge;

Jeg ser for meg at på surfecampen i Norge er rutinene mer på «surfe, spise, sove, repeat», mens i Canggu er det mye mer byliv- det skjer mye mer rundt campen. Det er fullt opp med restauranter og klubber + at stranden ligger et stykke unna campen.

Derfor tror jeg det også er mye mer fristende faktorer rundt campen på Bali vs. Norge som drar deg litt vekk fra surfeelementet. Så definitivt mye mer «vibrant» livsstil rundt her enn i Norge. Jeg er også helt enig i at campene skiller seg litt ut fra hverandre på hjemmesiden til Lapoint, hvor Norge fremstilles med mye mer utendørs aktiviteter enn det Bali gjør. Vi tilbyr derimot noe lignende her også, små pakker du kan kjøpe med blant annet vulkanturer eller man kan dra på «wakeboarding», men dette er ikke populært nok til at det blir reklamert for på hjemmesidene. Det er absolutt muligheter her også, men de fleste av gjestene her er ofte «hungover» og orker derfor ikke å dra på slike turer og aktiviteter, noe jeg synes er ganske trist.

Før jeg avsluttet jobben min med Lapoint forsøkte jeg å få litt kulturelt preg inn til campen fordi det var så mye party og utrolig lite kulturelle aspekter ved campen, så jeg tok inn «offering making» noe som er svært vanlig å gjøre her i Bali. I tillegg tok jeg inn tradisjonell balinesisk dansetimer (noe alle kan gjøre). Jeg synes det har gått bra til nå, men så har jeg ikke besøkt campen på en stund, så jeg er litt usikker (...) Noen gjester kommer hit med surfing som førsteprioritet og hver eneste dag er det vår topp-prioritet å utfylle deres ønsker, men de fleste havner i party-boblen og velger å feste i tillegg. En annen ting er at for svært mange av gjestene er surfing noe helt nytt for dem, noe de virkelig kan kjenne på kroppen etter surfeleksjonene. Når man er kommet til dag fem er man veldig sliten og trenger bare en pause.

Med unntak av at livsstilsidretten er relativt ny, finner vi likevel klare særpreg og kjennetegn ved den, sammenlignet med den organiserte idretten (Wheaton, 2013). Det er mye som kan tyde på at Canggu sin subkultur bygger mer på alkohol og festing, enn på balinesisk kultur og surfing. En subkultur som for så vidt ikke er så uvanlig i livsstilsidretten- bruken av stimulerende rusmidler. De som ikke aksepterer underordning under feltets «doxa» og protesterer eller utfordrer den, fremstår som «heterodexe». De heterodexe i et felt kan føre til svekkelser i doxas posisjon og endringer kan dermed skje (Aakvaag, 2012 i Berglie, 2016). Det kan virke som at informanten fremstår som «heterodox» da hun aktivt går inn med ulike tiltak for å forsøke å endre på subkulturen. Med utgangspunkt i dette synes jeg det var interessant å høre hva Bali mente Lapoint Canggu står for;

De står for et trygt surfemiljø, med gode tilbakemeldinger og flinke instruktører. Det er et sted du møter venner for livet og et sted som gir deg muligheten til å utforske Canggu

sitt uteliv og miljø, rett og slett en veldig kul camp. Vi vil alltid at alle skal ha den beste tiden og jobber hele tiden for det. Vi kommer også med mange ideer og forslag på hva du kan gjøre mens du er her, men tvinger aldri på noen hva de skal gjøre, slik at det til slutt er du som enkeltperson som tar valgene for deg selv der inne, upåvirket av hva vi sier og mener.

Subkulturer har et kulturuttrykk som bryter med et dominerende kulturelt mønster (Andresen, Henningsen, & Kval, 2007). I denne beskrivelsen kan det virke som at organisasjonen Lapoint sin kultur og deres verdier skinner gjennom i noe av det informanten sier. Der vi ser hostene sin identitet beskrevet som åpne, imøtekommende og hjelpsomme er dette preget av Lapoint sin kultur, mens uteliv og rusmidler knyttes mer opp mot campen sin subkultur.

4.2.Lapoint Hoddevik:

Sosial identitet:

Identitet omfatter personens navn, biografi, yrke, nasjonalitet, kjønn, alder, tilhørighet til bestemte grupper, osv. (Skaalvik, 2017). I løpet av de siste årene på 1990-tallet og tidlig 2000-tallet ble interessen rundt «image», identitet og rykte økende blant organisasjoner og bedrifter. Disse begrepene ble knyttet til varemerkebygging. Dette varemerket blir et slags symbol som viser hvordan bedriften ønsker å eksponere seg selv (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014).

Alle hostene er veldig sprudlende, utadvendte, åpne, hjelpsomme. Her snakker jeg også på vegne av meg selv. Samtidig synes jeg hostene også kan være veldig «cool» og typisk «surfers». En veldig avslappet atmosfære rundt de ansatte som smitter over på gjestene. Rett og slett veldig sosiale, de forsøker å prate med alle og ser til at alle har det bra og er informert om alt på campen slik at de med sikkerhet vet at alle har en plass å sove. Lapoint er et stort selskap med mange surfecamper og de står for bærekraft og «good times». I bunn og grunn vil jeg si at det handler om å gi folk en god opplevelse. Faktisk så handler det ikke så mye om surfing egentlig, mer at gjestene skal sitte igjen med gode minner og at de har trivdes på ferien sin.

Det er ingen tvil om hvordan hun oppfatter hostene som jobber der og det kommer også veldig tydelig frem i svaret hennes hva jobben deres går ut på. Som sagt er dette varemerker som blir et slags symbol for hvordan bedriften ønsker å eksponere seg selv (Zetterquist,

Kalling, Styhre, & Woll, 2014). Hun sier også at hostene er veldig «cool» og typisk «surfers». Dette er en interessant uttalelse som kan knyttes til identitetsforståelsen. Utsagnet «surfers» kommer jeg tilbake til litt seinere i oppgaven. Norge ble også spurt om hun hadde noen tidligere erfaring med surfing:

Jeg valgte denne jobben fordi jeg har vært gjest på to av campene selv og jeg trivdes utrolig godt. Så alt jeg egentlig ville var å surfe og lære meg til å bli bedre på surfing. Derfor tenkte jeg det kunne være utrolig kult å kunne få jobbe hos Lapoint. Da jeg fikk en beskjed om at det var en åpen stilling i Norge, kikket på noen bilder derfra og ble helt solgt. Rett før jeg fikk jobben hos Lapoint hadde jeg jobbet i Australia hos et selskap som heter Mojosurf, som på én måte er ganske likt, men samtidig helt forskjellig.

Norge hadde også drevet med surfing før hun fikk jobben hos Lapoint, men at det først var da hun var gjest hos Lapoint at hun virkelig lærte det skikkelig. Det at begge disse hostene hadde drevet med surfing før gjorde meg litt nysgjerrig på om det også var et krav i Norge at man må ha drevet med surfing før man søker stilling der.

Altså, hvis du aldri har surfet før og søker jobb her så vil jeg absolutt si at det er litt merkelig (...) Jeg vil si at du burde ha tatt i et surfebrett før du søker jobb her ja.

Doxa er den maktstrukturen som eksisterer i et felt basert på de uttalte grunnregler som en kultur eller et felt fungerer etter. Når et felt er preget av innforståtte regler, normer og kriterier som ingen prater høyt om, men som man bare vet eksisterer, kaller Bourdieu for «doxa» (Aakvaag, 2012 i Berglie, 2016). I dette tilfellet kan det se ut som at surfeerfaring er påkrevd på begge campene og at dette går under innforståtte regler og kriterier. For å se om det kunne finnes noen ulikhet mellom de to campene var jeg ivrig etter å få vite hvordan kjønnsfordelingen var på Lapoint Hoddevik, men dette fikk jeg fort avkreftet da Norge fortalte at blant deres hoster har de en gutt og resten er jenter. På campen sa hun også at kjønn har veldig lite å si og at trivselen er like stor uavhengig om man er gutt eller jente. Blant managerne kunne det virke som det var litt mer varierende hvem som fikk stillingen og ikke. Etter å ha fått mye informasjon om hostene ønsket jeg å spørre litt om gjestene som kommer til Lapoint Hoddevik;

De aller fleste kommer fra Norge, noen kommer også fra Sverige. Siden de fleste som kommer til Hoddevik er nordmenn, prøver vi å bringe inn det helt lokale inn til campen og ikke bare generell norsk kultur. Vi har også hatt folk fra Mexico, Portugal, India, Frankrike, Tyskland. Ellers vil jeg si at det er ca. 90% norske og svenske. De som kommer til Hoddevik er rundt 23-25 år i gjennomsnitt. Grunnen til at det er så mange nordmenn her i Hoddevik tror jeg kan være fordi Lapoint har camper på Sri Lanka, Bali og Costa Rica så folk ønsker heller å reise dit som en type ferie, enn å reise til kalde Norge. Klart er det noen som ser Norge og tenker at det er utrolig kult, men hvis man går på Lapoint sin hjemmeside så ser det kanskje mer forlokkende ut å reise til tropiske paradiser.

Det deltakerne er ute etter når de kommer til Hoddevik det er nok naturen, faktisk. Det å kunne dra på fjelltur, spasere, oppleve Norge. Og ikke minst for surfing sin del. Jeg har på følelsen av at de som kommer til Norge er mer opptatt av surfing enn de som velger å reise til for eksempel: Bali og Sri Lanka fordi det er så mange andre ting som veier opp for avgjørelsen med å reise dit.

Igjen så handler nok dette mer om selvpresentasjon enn identitet. Gjestene som ankommer campen trenger i utgangspunktet ikke å være spesielt glad i natur o.l., men blir fort preget av den allerede etablerte subkulturen på campen som i stor grad handler om naturen. For at disse gjestene lettere skal gli inn i gruppen og unngå å bli sett på som «outsidere», er det derfor mange som endrer på selvpresentasjonen sin uten at dette nødvendigvis endrer identiteten deres (Skaalvik, 2017).

Kulturell forståelse:

Én definisjon er at kulturen inneholder den aksepterte måten å utrykke og bekrefte våre antakelser, verdier og normer på, og at vi ved å følge den unngår å være usikre i ulike situasjoner (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014)

Lapoint har gitt denne kulturelle beskrivelsen av Hoddevik sin camp;

«Reis på surfcamp til Hoddevik blant fjell, fjorder og fantastiske opplevelser. Norge er kjent for gode surfemuligheter og Hoddevik på Vestlandet er en pilegrimsferd som ingen eventyrlystne surfere kan være foruten» (Lapoint, u.d.).

I Hoddevik vil jeg si at man lever i et slags lukket samfunn. Vi er veldig få mennesker der, ca. 25 stk. I nærheten av campen ligger det et hostel hvor det bruker å være veldig mange unge mennesker som er på vår alder ca. Derfor bruker vi å henge en del med de som er der. Jeg vil si at det er en veldig avslappet kultur her. Folk bruker ofte å gjøre ting på egenhånd når de er hos oss, fordi man har såpass få dager på en så fin plass som Hoddevik så de som kommer prøver å få så mye ut av området som mulig. Noen bruker tiden sin på surfing, andre liker å gå fjellturer eller for eksempel padle kajakk. I forhold til fest og uteliv så er det absolutt INGEN ting på Hoddevik. Når vi har store universitetsgrupper eller utdrikingslag bruker vi å lage vår egen fest og da drikker gjestene alkohol. Men utenom det er det faktisk vanlig å legge seg rundt 21:00. En stor grunn til dette er at de hostene som jobber her ofte interesserer seg for: soloppgangsurfing, solnedgangsurfing, morgensurfing osv. Man foretrekker slike ting mye mer enn å for eksempel feste natten lang. Dagene starter derfor ekstremt tidlig og gjestene følger litt alternative rutiner her.

Campen er tydelig påvirket av en slags friluftskultur som igjen kan se ut til å ha påvirket hostene sin identitet. Informanten sier også at det ikke finnes noen form for fest og uteliv på campen, noe som også er med å prege subkulturen i Hoddevik. Dette gjenspeiles også i beskrivelsen Lapoint har på sin hjemmeside av campen i Norge. Jeg ønsket å høre hva informanten mente skiller Norge fra Bali;

Naturen er det jeg vil si som skiller seg mest fra campen på Bali. Hoddevik har så utrolig fin natur. En annen ting som skiller Hoddevik fra Canggu er fest og uteliv. Canggu ligger svært sentralt i en travel og folksom del av Bali hvor det alltid skjer noe og hvor det alltid er et utested å dra på. Hoddevik derimot ligger helt for seg selv og er langt unna absolutt alt. Så sånn sett er det helt motsatt av hverandre, i tillegg er Hoddevik svært kaldt, med store mengder regn og tendenser til mye vind.

For gjestene som kommer hit bruker vi å arrangere aktiviteter for dem, for eksempel; fjellturer, badstue, en soppелеksjon, hoppe fra tårnet, fiske eller rett og slett spillkvelder. Det er alltid noe å gjøre her, selv om det ligger helt øde.

Til slutt spurte jeg også Norge hva hun mente Lapoint Hoddevik står for;

Lapoint Norge står for en annerledes opplevelse, det å reise ut og bli i ett med naturen. Den gir deg noe annet enn det for eksempel Bali gir deg, det å surfe i 3 grader kaldt vann i tykke vådrakter fremfor bikini i et varmt hav. Hoddevik står for noe alternativt.

5. Sammenfattende drøfting:

Hostene sin identitet:

Min forståelse av de to første svarene fra Bali og Norge, er at hostene er svært like på begge plassene når det kommer til gjestene, noe som kanskje ikke er så rart da alle campene følger de samme retningslinjene og reglene til Lapoint for ansettelse av nye mennesker. Det at hostene må følge de samme reglene på begge plasser fører nok til en del likhetstrekk, spesielt at de ønsker gjestene en fin opplevelse. Vi kan se hostene sin væremåte ut ifra kravene som stilles til arbeidstakerne, men vi kan også se det i et kulturelt perspektiv. Hostene som jobber på campene blir mest sannsynlig også påvirket av et allerede etablert miljø og en kultur som igjen påvirker hvordan de oppfører seg. Der Bali forteller at campen er preget av alkohol, festing og uteliv, sier Norge at campen er preget av et lukket samfunn, natur og friluft. Ut ifra dette kan det oppfattes som likhetstrekkene mellom hostene er basert på kulturen rundt selve organisasjonen Lapoint, mens ulikhetene er preget av to individuelle subkulturer. Hva ville da skjedd om hostene fra Bali og hostene fra Norge møttes på en strand midt imellom begge campene? Ville man da klart å skille de fra hverandre? Med utgangspunkt i svarene fra begge informantene vil svaret trolig være nei. Å skille hostene fra hverandre når de er tatt ut av den eksisterende subkulturen på hver camp, vil i teorien være vanskelig da identiteten deres nok har flere fellestrekk enn ulikheter. At identiteten til hostene er såpass lik som den er, kan også vise hvor sterk surfekulturen er, tatt i betraktning at de fleste hostene har ulik nasjonalitet og bakgrunn. Felles for begge campene er også at ingen av dem bygger på noen mannsdominanse. Begge jentene forteller at kjønnsfordelingen er, om ikke 50/50, så er det fler jenter enn gutter som jobber på campene. Det kan derfor se ut som organisasjonen Lapoint har tatt avstand fra disse stigmaene som; hvit, heteroseksuell, vestlig middelklasse, med et klart flertall av menn- stigmaer som ellers dominerer i livsstilsidretten (Hjelseth, 2018). Dette er beskrivelser som ikke kjennetegner Lapoint sine to surfecamper.

Surfeerfaring var også et krav før man søker jobb som host hos Lapoint, om ikke burde man ha en form for lidenskap rundt det. Begge informantene var veldig samkjørte på dette

spørsmålet og tok det litt som en selvfølge at man må ha erfaring før man søker jobb hos Lapoint. Slik jeg forstår det får man altså ikke jobb hos Lapoint om man ikke har erfaring fra surfing tidligere, noe som er med på å prege campens «doxa». Om du søker jobb hos Lapoint uten surfeerfaring havner du utenfor feltets «doxa» og blir kanskje sett på som en «outsider» (Aakvaag, 2012 i Berglie, 2016). Som Norge nevnte i intervjuet mener hun at hostene er kule og typiske «surfers», men hva er egentlig en typisk «surfer»? Er det som Langseth sier, med en beskrivelse av en typisk surfer på syttitallet; «den typiske mannlige surferen var en langhåra fyr med myke verdier som gjorde yoga og mediterte på stranda. En person som skulle leve som nomade, klare seg med lite penger, og heller reise rundt og følge bølgene.» Er det de eventyrlystne, friluftsfolka som brenner for surfing eller de eksotiske og litt «hungover» folka som kjører moped med surfebrettet under armen?

Gjestene sin identitet:

Gjestene sin identitet skiller seg derimot litt ut fra hostene. Jeg spurte også begge informantene om hvordan kjønnsfordelingen var blant gjestene på campene. Bali kunne fortelle meg at dette varierte noe fra uke til uke, men at det i gjennomsnitt var ca. 80% jenter og 20% gutter- som er en svært stor differanse! Norge sa at det kommer litt an på om de kommer som grupper eller enkelt individer, men hvis de kommer i grupper er det oftest jenter som reiser sammen og hvis det er en og en er det nok litt flere gutter vil jeg tro, ca. 60% gutter og 40% jenter. Noe som igjen viser at det ikke er menn som *dominerer* på noen av campene. Det at gjestene skiller seg fra hostene vil si at det ikke nødvendigvis er snakk om identiteten til gjestene, men om selvpresentasjon. Hos de fleste av hostene ser vi identitet i lys av deres livsstil, som er surfing. Hos de fleste av gjestene er ikke surfing en livsstil, men heller noe de synes er spennende, nytt og interessant som de velger å oppsøke. Derfor vil ofte gjestene automatisk endre sin selvpresentasjon, for det første ut ifra hvilken camp de havner på og for det andre på grunn av surfekulturen generelt, sånn at de passer inn i gruppa.

Kulturen på campene:

Som nevnt tidligere brukes begrepet «identitet» ofte til å beskrive en person i forhold til et sosialt miljø og hvordan denne personen posisjonerer seg i miljøet (Skaalvik, 2017). Vi vet også at kultur skaper kontinuitet ved å sosialisere inn nye medlemmer, slik at de nye vet hvordan de skal handle og hva de skal mene (Zetterquist, Kalling, Styhre, & Woll, 2014). Slik jeg forstår det i denne analysen, er Lapoint som organisasjon hovedkulturen for campene, mens de ulike campene har sine egne subkulturer innenfor organisasjonen. Disse subkulturene

dannes blant annet ut ifra miljø, identiteter, beliggenhet og verdier. Vi ser helt klart at Norge og Bali vektlegger ulike verdier på campene sine, noe som kan forklares ut ifra hvor de er plassert i verden. Blant annet ser vi at aktiviteter som vektlegges i Norge er; fjellturer, badstue, soppeleksjon, hoppe fra tårn, fiske eller rett og slett spillkvelder. Aktiviteter noen vil kalle «typisk norske», mens på Bali er det ingen «typisk balinesiske» aktiviteter som vektlegges fordi campen ligger såpass sentralt i byen og gjestene ofte ender opp med å dra på utflukter på egenhånd. Derfor kan vi konkludere med at Canggu har svært lite lokal kultur å tilby sine gjester. Informanten fra Bali sa derimot at de tilbyr små pakker du kan kjøpe med blant annet vulkanturer eller man kan dra på «wakeboarding», men at dette ikke er populært nok til at det blir reklamert for på hjemmesidene. Oftest fordi de fleste av gjestene er for «hungover» og ikke orker å dra på slike turer og aktiviteter.

Lapoint skriver på sine hjemmesider: *reis til din drømmedestinasjon og surf fantastiske bølger, opplev den lokale kulturen og møt dine nye bestevenner på veien* (Lapoint, u.d.). Flotte ambisjoner, som dessverre ikke når helt frem til alle campene deres, da den lokale kulturen på Bali viskes bort av andre faktorer som spiller inn på campen. Men hvor stor rolle spiller dette egentlig for de som jobber der eller for gjestene som kommer? Vi vet jo at informanten fra Bali forsøkte å få inn flere kulturelle preg på campen, men som ikke ble like godt tatt imot. Det kan derfor se ut som at Lapoint Canggu sin allerede etablerte subkultur står såpass sterkt at både hoster og gjester klarer seg like bra uten den lokale kulturen. For uavhengig om det er de eventyrlystne, friluftsfolka i kalde Nord eller de eksotiske, litt «hungover» folka i tropene som tar imot gjestene, har Lapoint som organisasjon klart å lykkes med hvordan de ønsker å eksponere seg selv som vi ser vi tydelig på deres hjemmeside:

Våre camper er verdenskjente for å tilby førsteklasses overnatting og fantastiske surfeopplevelser, men mest av alt: ubegrenset tilgang til Lapoints motto #Goodtimes.

Lapoints personale rundt omkring i verden har ett stort fellesmål; å entusiastisk dele vår kjærlighet og kunnskap om surfing, og derav tilby våre gjester det beste surfeeventyret noensinne (Lapoint, u.d.).

Både Lapoint Canggu og Lapoint Hoddevik vil gi deg førsteklasses overnatting, tidenes opplevelse, gode surfemuligheter, erfarne og imøtekommende hoster og venner for livet. Men viktigst av alt, at gjestene sitter igjen med det beste surfeeventyret noensinne.

Bibliografi

- Aakvaag, G. C. (2012). *Moderne Sosiologisk Teori*. Abstrakt forlag.
- Andresen, E., Henningsen, R., & Kval, K.-E. (2007, Januar 23). *Individ og fellesskap*. Oslo: Cappelen Damm. Hentet fra <https://individogfellesskap.cappelendamm.no/c196527/artikkel/vis.html?tid=304031>
- Berglie, B. (2016, Juni 6). *Brage Bibsys*. Hentet April 2019 fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2454461/Berglie%2C%20Betina.pdf?sequence=2>
- Gjørund, P. e. (2016). *Psykologi 2 Mennesket i gruppe og samfunn*. Cappelen Damm.
- Gullvik, I. K. (2015, Februar 14). *Forskning.no*. Hentet fra <https://forskning.no/sport-kjonn-og-samfunn-likestilling/kvinnelige-surfere-blir-redusert-til-dekor/512597>
- Høie, M. M. (2005, Desember 1). *Sage journals*. Hentet April 2019 fra Nordic Journal of Nursing Research: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/010740830502500413>
- Henriksen, H. (2016). *brage.bibsys.no*. Hentet fra https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2438797/16-00950-26%20Haavard%20Henriksen.masteroppgave.pdf%20415087_2_1.PDF?sequence=2&isAllowed=y
- Hjelseth, A. (2018, September 11). Hentet April 2019 fra Blackboard: https://ntnu.blackboard.com/bbcswebdav/pid-462235-dt-content-rid-17399565_1/courses/194_IDRSA1002_1_2018_H_1/IDRSA%201002%20H%2018%20Bourdieu%20og%20livsstilsidrett%2011.%20september.pdf
- Kroksæther, K. (2017, Juni 24). *Stavanger aftenblad*. Hentet April 2019 fra <https://www.aftenbladet.no/100Sport/idrettspolitik/Den-norske-idrettsmodellen-er-utdatert-237677b.html>
- Kvale, S. (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Lapoint. (u.d.). Hentet fra Lapoint: <https://www.lapoint.no/>
- Markula, P., & Silk, M. (2011). *Qualitative Research for Physical Culture*. Palgrave Macmillan.
- Nesse, M. (2016). *brage.bibsys*. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/2419648/Nesse%2C%20Martin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Skaalvik, E. M. (2017). *Skolen som læringsarena*. Oslo: Universitetsforlaget.

- Skirbekk, S. (1999). *UIO*. Hentet April 2019 fra
<https://folk.uio.no/sigurds/kulturanalyse/Kulturbegrepet.html>
- Solstad, S. K. (2014). *Brage Bibsys*. Hentet April 2019 fra
<https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/285166/Solstad.pdf?sequence=1>
- Spradley, J. (1979). *The Ethnographic Interview*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Gyldendal.
- Warshaw, M. (2010). Chronicle Books.
- Wheaton, B. (2013). *The cultural politics of lifestyle sports*. New York: Routledge.
- Winsnes, E. H. (2014, Juni 1). *Aftenposten*. Hentet April 2019 fra
<https://www.aftenposten.no/okonomi/i/wE285/Regjeringen-vil-ha-slutt-pa-norske-badestudier>
- Zetterquist, U.-E., Kalling, T., Styhre, A., & Woll, K. (2014). *Organisasjonsteori*. Latvia: Cappelen Damm.

6. Vedlegg

6.1. Vedlegg 1. Intervjuguide:

Intervjuguide

A) Åpningsspørsmål:

- Hva heter du?
- Hvor gammel er du?
- Hvor kommer du fra?
- Hva jobber du med? Posisjon?
- Hvor mange kollegaer har du?

B) Om Lapoint

- Beskriv kort hva Lapoint er og hva de står for.
 - o når startet de opp?
- Hvorfor du valgte akkurat denne jobben?
 - o Har du drevet med noe lignende før?
- Har du surfet mye før og hva fikk deg til å starte?
- Er det noen krav om at man må kunne surfe for å bli host på Lapoint?
 - o Blir man sett rart på om man er host uten særlig surfebakgrunn
 - o Fortell litt om det en slags subkultur?
- Hvordan er fordelingen av kjønn blant hostene på campen?
- **Fortell litt om dere som hoster**
 - o Kjennetegn, hvordan oppfører du deg i de ulike gruppene?
 - o Hva gjør dere på fritiden?
- Kan du beskrive hvordan en vanlig arbeidsdag ser ut?
- **Hva tror du skiller Bali og Norge fra hverandre?**
 - o Hva er det Lapoint Bali/Norge står for?
 - o **Sikte til lapoint sin hjemmeside om hvordan de beskriver Norge og Bali**

C) Deltakerne/participants

- Kan du beskrive hvem det er som kommer til Lapoint Bali/Norge?
 - o Hvor kommer de fleste deltakerne fra?

- Hvor mange er det plass til?
- Hva er deltakerne ute etter når de kommer til dere?
- Hva gjør deltakerne på fritiden når de er på campen deres?
- Hvordan er fordelingen av kjønn blant deltakerne på campen?

- Trives du godt?

6.2.Vedlegg 2. Informasjonsskriv:

Din deltakelse i forskningsprosjekt knyttet til bacheloroppgave om surfing og kulturelle forskjeller ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU

Vi takker for at du har sagt deg villig til å delta i et forskningsprosjekt for bacheloroppgave ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Instituttets bachelorstudenter skriver en oppgave som innebærer analyse av dybdeintervjuer. Opplysningene samlet inn i oppgaven vil bare brukes til denne. Dersom det er aktuelt å bruke opplysninger til annet formål, vil du bli kontaktet.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

NTNU, Institutt for sosiologi og statsvitenskap er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du er kontaktet som deltaker i dette prosjektet på basis din rolle innenfor Lapoint surfecamp.

Hva innebærer det for deg å delta?

Du blir invitert til et intervju som varer mellom 30 og 45 minutter. Intervjuet vil foregå over skype og intervjuet vil **ikke** tas opp med en digital lydopptaker.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Du kan når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Anonymitet blir tatt svært seriøst. Litt mer om personopplysninger kommer i avsnittene nedenfor.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes 10.05.2019. Bacheloroppgaven vil kun bli brukt i skolesammenheng og er helt anonym om ønskelig. Det vil bli tatt notater av intervjuet hvor personopplysninger kan oppstå, disse notatene vil bli slettet da bacheloroppgaven er innlevert.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

På oppdrag fra NTNU Institutt for sosiologi og statsvitenskap har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Prosjektet skal avsluttes senest 23.06.2019.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- NTNU Institutt for sosiologi og statsvitenskap, ved ansvarlig for emnet Idrsa2900 og Idrsa2901, Nils Petter Aspvik, tlf 92 64 80 33, nils.petter.aspvik@ntnu.no
- NTNUs personvernombud: Thomas Helgesen, tlf 93 079 038, thomas.helgesen@ntnu.no
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost (personverntjenester@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.
- Veileder ved Martin Nesse, Martin.nesse@ntnu.no

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig (veileder)
Martin Nesse

Student
Anja Helene Brenna

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Livstilsidrett surfing, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i dybdeintervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til anonymisering, innen 1 måned etter gjennomført intervju.

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

