

Med sikte på framtiden – Tankesmedja för friluftsliv 2018



Sammanfattning av workshops/seminarier

Sociala medier, friluftsliv och naturvägledning

Arrangör: Centrum för naturvägledning och ETOUR Mittuniversitetet

Workshopledare: Anders Arnell, Centrum för naturvägledning

Föreläsare: Maria Lexhagen, ETOUR, Mittuniversitetet och Anders Tysklind, Kosterhavets nationalpark

Förändrande kommunikationsformer som finns i relation till fjällvistelse

Maria Lexhagens forskning i detta sammanhang finns publicerad i Rapporten "Dagens miljömål och framtidens fjällupplevelser – lakttagelser av aktivitetsmönster, landskapsrelationer och kommunikationsformer", där särskilt avsnitt 2.6 och avsnitt 3.1 Tema 4 berörde denna workshop.

Maria har studerat vilka förändrande kommunikationsformer som finns i relation till fjällvistelse. Maria slår fast att utveckling av IT (Informationsteknologi) och inte minst internet innebär både utmaningar och möjligheter för friluftsliv och turistnäring då dessa verksamheter i stor utsträckning är beroende av information och kommunikation.

Det är en generell ökning av internet och sociala medier för informationssökning och informationsspridning. Denna typ av teknologi skapar, förstärker och förändrar kommunikationen och kontakter mellan besökare och aktörer inom friluftsliv och turism. Teknologin innebär att besökare kan få och dela information via internet, exempelvis genom kundomdömen. Sociala medier innebär nya sätt att sprida och ta till sig information, det blir som ett kollektivt värdeskapande. Sociala medier ger också andra emotionella värden såsom njutning, underhållning, uppskattning och status.

Resultatet i en av studierna där man kartlagt var fjällturister hittar merparten av informationen om sin vistelse i svenska fjällen visar att internet är en stor källa till information för fjällturister genom webbsidor, bloggar, forum, sociala medier, etc (70%), vänner och familj 27%, traditionella media 3%.

Informationskällor vid planering av vistelser i svenska fjällen

Maria tog upp en annan studie där man tittat på huvudsaklig informationskälla vid planering av vistelser i svenska fjällen. Här är information från vänner och familj den största källan 38%, följt av webbsidor specialiserade på fjällupplevelser 26%, men här står sociala medier endast för 4%.

Det kan alltså vara så att sociala medier fyller en annan funktion när det gäller fjällvistelser idag. Det kan användas för att dokumentera för dig själv och dela med sig av upplevelsen, under vistelsen och efteråt. Det händer i realtid och kan komplettera och påverka en faktisk upplevelse. Genom att dela information i sociala medier erbjuder man andra att ta del av informationen, det kan också fungera som en mötesplats för att träffa andra som har intresse för samma ämne. Men mer precist vad detta betyder saknas det forskning kring.

Fjällvistelser i framtiden

Vad gäller fjällvistelser och framtiden, talade Maria om internetfria upplevelser, geo-location smartphones, batteri (powerbanks) och wifi som ett mänskligt behov, personalisering, rekommendationer, förstärkt verklighet (AR) och generation Y/"millennials".

Kosterhavets användning av digitala kanaler

Anders Tysklind pratade om hur man i nationalparken arbetar med sociala medier. En del av nationalparkens uppdrag är att underlätta för besökare att uppleva och få kunskap om områdets natur och kulturarv samt hur dessa kan nyttjas på ett hållbart sätt.

Kosterhavet jobbar främst med tre digitala kanaler:

- Hemsida - data med längre hållbarhet, "kräver lite mer att rodda"
- Facebook - kräver ett visst flöde. Det gäller att hitta en tonalitet. Det kan vara spontant från exempelvis skötsel, upplevelser, tips och "just nu"-saker. Innehållet kan vara brett och kan fånga upp såväl lokala som globala saker. "Förhållandevis enkelt att hantera". Mer interaktivt som kräver bevakning och att kunna respondera vid behov.

- Instagram – Bilder! Används för att förmedla känslor, inspirera, låta sig förundras och fascineras. Kan förmedla mångfalden, fakta och kunskap. Följa årstiderna. Kräver mycket film och bild.

I framtiden:

Kosterhavet kommer att jobba för ännu mer interaktivitet genom att öka besökarens och boendes delaktighet i sociala medier. Samverka med lokala entreprenörer i varumärkesarbetet Sveriges Nationalparker. Digitala medier kan allt mer komma att ersätta "gammelmedia" (tidning, tv, radio) och tryckt information (även om t ex papperskartor än så länge efterfrågas mycket).

En sista reflektion lyftes om att appar och sociala medier är bra, men kanske kan man zonera för "non smart areas"? För att uppleva naturen med dess dofter, ljus och mångfald. (Kopplar till Marias framtids tankar om internetfria upplevelser vid fjällvistelse).

Antecknare: Martin Karlberg, Mittuniversitetet

