

Backpackerland

– utvidelse av Syden, eller ny geografisk fiksjon?

Eva-Marie Tveit

Institutt for kulturstudier og kunsthistorie

Sydnesplass 12/13,

5007 Bergen

E-post: eva-marie.tveit@ikk.uib.no

Abstract:

This essay discusses *Backpacker-country*, a term the author uses to name a cluster of ideas and ideals as well as actual destinations that appeal to young, independent long-term travellers. *Backpacker-country* can be compared to the more common (Norwegians) notion of *The South* ("Syden"). Both notions are narrations concerning tourist landscapes.

Backpacker-country is "located" predominantly in low-cost countries in Asia, Africa, Latin- and South America. Hence *Backpacker-country* is both more exotic and much further away from Norway than *The South*, which refers to the area in and around the Mediterranean Sea. *Backpacker-country* is a place for personal projects and conquests. It is experienced as foreign, intense and authentic. In *Backpacker-country* the young travellers can experiment with their own identity, renegotiate social relations and create a new everyday life in movement.

Nøkkelord:

Backpackerland, Syden, ungdomskultur, annerledeshet, intensitet, autentisitet

Mennesker har tid til, og behov for, ulike reiseopplevelser. I mange vestlige land, kanskje spesielt i Nord- og Vest-Europa, har rekreasjon nærmest blitt synonymt med å reise vekk. Folk i alle aldre bruker stadig mer penger på feriereiser. Internasjonale flybilletter har blitt billigere og mer tilgjengelige, og media sprer et vell av informasjon om ulike destinasjoner og ferieformer. Verden har blitt mindre! Reiselivsbransjen formulerer forskjellige fortellinger for å motivere ulike turistsegmenter. De reisende selv bidrar med sine ønsker, erfaringer og handlinger i dannelsen av turistlandskaper. Et slikt turistlandskap er Backpackerland, "landet" de fleste backpackere reiser til. I denne artikkelen vil

jeg ta for meg noen av kvalitetene som danner kjernen i Backpackerland, både i fortellingen om stedet, og opplevelsen av det. Fungerer dette stedet som noe annet enn et eksil for solflyktninger? Jeg vil hevde at Backpackerland primært er konstruert av ungdommer for ungdommer, i motsetning til Syden, som er en konstruksjon av og for et bredere turist segment.

Denne artikkelen bygger videre på materiale og refleksjoner fra doktorgradsavhandlingen *Birds of passage – An inquiry into the culture of young individual long-term travellers* (Tveit 2002). I 1998 og 1999 gjorde jeg tre omfattende feltarbeid; i England og Irland (seks uker), Thailand (seks uker) og Australia (tre måneder). Jeg

bodde utelukkende på "hostels" og andre billige overnattingssteder sammen med unge reisende. Fra dette sitter jeg igjen med omfattende notater fra deltagende observasjon, samtaler og intervjuer. I denne perioden gjorde jeg også en del intervjuer i Norge.¹ Som sekundærmateriale har jeg brukt reiseguides, reklamemateriell og romaner om og av backpackere.

I mitt arbeid med backpackere har de fleste intervjuer, arbeidet med analyser og utarbeidelsen av tekst foregått på engelsk. Begrepet *experience* har vært et kjernebegrep i de unges *fortellinger om* og *argumenter for* det de gjør. Alt handler om *experience*; om å ha opplevelser og gjøre seg erfaringer. Jeg ser opplevelse og erfaring som to prosessuelt nært relaterte begreper; opplevelser blir sortert, lagret og gitt mening i erfaringer. Mange av backpackernes fortellinger handler om hvordan de har lært seg å håndtere ulike krevende situasjoner. Slike mestringsfortellinger er viktige for individets identitet, og de gir grunnlag for sentrale holdninger og idealer i Backpacker-kulturen.

Backpacking – en ungdomskultur

Jeg avgrenser backpackerreisen til lavbudsjettsreiser på minimum tre måneder. Mange av dem jeg har snakket med reiser i et halvt år eller mer. På denne måten får turen preg av å være et prosjekt mer enn en ordinær ferie. Backpackernes motivasjoner for å reise er komplekse, og deres muligheter til å gjennomføre sitt prosjekt varierer. I mitt arbeid ble det tidlig åpenbart at backpacking er noe som først og fremst appellerer til unge mennesker. Dette er også reiselivsbransjens tilnærming. Det selges billige billetter og ulike attraktive konsepter for langtidsreising til ungdom, studenter kan nytte disse bilettene til de er 32–33 år.

Når backpacking behandles som en ungdomskultur blir det relevant å se ung-

doms reising i lys av deres hjemlige erfaringsunivers. Forskning peker på at ungdom i mange vestlige land føler seg fremmedgjorte fra samfunnet. Sosiologene James Côté og Anton Allahar kaller dagens ungdom "a generation on hold" (1996). Sosiologen Johanna Wyn og kriminologen Rob White hevder at det å vokse opp i avanserte industriland er en stadig mer langvarig og komplisert prosess. Ungdomskategorien avgrenses i Australia til årene fra 13-25, men forskerne tror kategorien vil forlenges i begge ender. De understreker at opplevelsen av, erfaringen fra og meningen som legges i *det å være ung* endres i mange land ettersom unge menn- esker aktivt konstruerer sine gruppeidentiteter (Wyn & White 1997:1). I Nord-Europa bor mange unge hos foreldrene langt opp i tjue-årene, de etablerer seg sent med familie, og bruker mye tid og penger på ulike ungdomskulturelle aktiviteter.

Ungdom er en sosial og kulturell konstruksjon. Ungdom med ulike refleksive strategier forholder seg til de krav de møter i en kompleks hverdag, krav blant annet om å skape seg en autentisk, individuell identitet (Hauan & Heggli 2002, Tveit 2002a). En lengre reise kan være en strategi for å utforske og skape egen identitet, og/eller en mulighet for den unge til å ta makten over eget liv (Tveit 2002b). I det følgende vil jeg i begrenset grad komme inn på disse viktige problemstillingene, da formålet her er å etablere begrepet Backpackerland, samt skissere fortellingen om og opplevelsen av dette "stedet".

Syden versus Backpackerland

Syden fungerer godt når Backpackerland skal settes i perspektiv. Dette for de fleste nordmenn velkjente stedet består først og fremst av solkyssede strender og travle badebyer rundt og i Middelhavet, samt på

Kanariøyene. Syden har en sterk posisjon i den norske populærkultur, noe humoristen Are Kalvøs bok *Syden* fra 2002 bekrefter. Syden har vært sentralt symbol for folkelig turisme i Norge siden 60-tallet. En chartertur til Syden har nærmest blitt obligatorisk for solhungrige nordmenn som frykter at alt de får av sommer her hjemme er noen dager kjølig oppholdsvær. Sydens plass i populærkulturen henger således sammen med at Sydenturisme er veletablert masseturisme; Sydenturisme er populærkultur i praksis. Dette er noe backpacking også er i ferd med å bli; populære bøker om backpacking som *Are you experienced?* av William Sutcliffe og *The Beach* av Alex Garland kan tyde på det.

Antropologen Runar Døving har analysert hvordan norske turister har et begrep om Syden som et sted med visse kvaliteter, løsrevet fra de enkelte lands faktiske grenser. I praksis innebærer det at nordmenn kontakter reisebyrået og spør etter billett til Syden. Det har mindre betydning om de ender opp i Benidorm, på Kreta eller en Kanariøy. Siden vi selv kommer fra det kalde nord, bringer selve ordet *syd* med seg et løfte om sol og varme. Døving skriver at ideen om Syden som et faktisk sted har et mytisk aspekt: ”Syden” er ikke bare det stedet det peker på, men også en idé om det samme stedet. Denne ”idé” kan man kalle et symbolsk univers” (Døving 1993:94). Og videre:

I enda større grad enn nasjonalstaten er Syden en mytisk konstruksjon, fordi ”the imagined community” kan elaboreres og forsterkes ved at deltagerne *ikke* er der hele året. Det vil si at turistene kan tillegge stedet egenskaper, korrigere og forsterke stedets eksistens ved refleksjon når de er hjemme. På denne måten forsterkes myten om det symbolske uni-

verset elaboreres kontinuerlig (Døving 1993:94).

Syden er paradismyten artikulert, skriver Døving. Denne myten innebærer fred og toleranse mellom mennesker, kjærlighet, frihet og fraværet av konflikter. Dette er aspekter som blir understreket når det reklameres for Syden. I reisekatalogene blir paradismyten reproduert med bilder av lykkelige mennesker i solen, og slagord som ”golfparadis”, ”kjærlighetens øy”, ”drømmeferien” og så videre (Døving 1993:95).

Backpackerland er et *annet* paradisi enn Syden, også dette med godt klima og få konflikter. Men betegnelsen *Backpackerland* er ikke innbakt i vår populærkultur på samme måte, selv om visjonen og drømmen om et ”sted” å realisere seg og sine reiseprosjekter på er velkjent blant ungdom – og det er ungdom som utgjør hovedvekten av backpackerne internasjonalt. Denne gruppens drømmedestinasjoner ligger i et Backpackerland som først og fremst består av lavkostnadsland i Asia, Afrika og Sør- og Mellom-Amerika.

Både Syden og Backpackerland har mytologiske overbygninger, som gjør at ideen om dem representerer mer – og noe annet – enn summen av land som inngår. De to geografiske fiksjonene har fellestrekk, men er også temmelig ulike. I Backpackerland er utfordringer og variasjon viktig, mens Syden fremstår som ufarlig og relativt ensartet. Ulike destinasjoner innenfor Backpackerland byr på ulike utfordringer. Alle fra nybegynneren til den meget erfarne reisende kan finne sitt sted. Syden er enkelt og tilrettelagt – punktum. Backpackerland ligger langt vekke, gjerne fra tolv timer til et døgns reisetid med billigbillett unna. Syden derimot ligger bare et par glass vin fra Gardermoen. Backpackerland domineres av langtidsturister, mens korttidsturistene

regjerer Syden. Backpackerland er langt billigere enn Syden, slik at langvarige opphold muliggjøres. I forhold til det vi nordmenn er vant til er kontrastene i livsstil og levekår betydelig større i Backpackerland enn i Syden.

Videre er Syden et land der man stort sett holder seg i ro, på og ved sitt hotell. Hotellet ligger i et tilrettelagt område, fullt av restauranter og servicetilbud. Man kan velge å delta på sight seeing og fellesarrangementer, noen leier bil en dag eller to for å utforske nærområdene. I Backpackerland derimot reises det på lange ubekvemme ekspedisjoner med lokale busser og tog. Hjemreisen kan være planlagt fra et annet kontinent enn der den første destinasjonen lå. Sydenturisten reiser til *et* sted i Syden, mens backpackeren legger ut på en *reise* i Backpackerland. Satt på spissen er Syden familiens "kortids-ferieland", mens Backpackerland er ungdommenes "langtids-reiseprojekt-land".

India – en del av Backpackerland

Et av de mest fremtredende trekkene ved populære steder er at de byr på fysiske, og/eller mentale utfordringer. Regioner, land og steder blir i backpackerkulturen rangert hierarkisk etter hvor krevende de er; utfordrende, gjerne farlige destinasjoner gir intense opplevelser og høy status. Behagelige, forutsigbare steder derimot er for pingler og nybegynnere, men tiltrekker seg også erfarne erobrere som trenger rekonvalesens etter tokt i tøffere farvann.

Et av landene mange fremhever som en utfordring, er India. Landet er grundig befestet i backpackernes folklore, og det har over tid opprettholdt sin status som attraktivt reisemål for mengder av turister med ulike motivasjoner. India står frem som et fyrverkeri av kultur, religion, historie og natur. Dette formuleres eksplisitt i guide-

bøker til destinasjonen, og forlaget Lonely Planet har India-guiden som sitt fremste flaggskip (Finlay med flere 1993, og se Tveit 2002a:69-87).

Australske Maryann (31 år), en erfaren backpacker, hadde nettopp kommet til Australia fra India da jeg traff henne. Brun og kortklipt, kledd i batik og smykket med glassperler fortalte hun meg hvordan hun elsket India. Jeg spurte henne hvordan hun hadde opplevd landet da hun kom dit. Hun svarte:

When I arrived there I felt absolute terror, because I landed in Delhi, and I had never been so far into the east before, and India is really The East. And Delhi is – there are different places you can land in India to make the culture shock a little less, but Delhi is really hard core India. Like you've got lepers roaming the streets and stuff like that. And when I first saw that I was just like – I was in shock. I was there for a day, and I was like, I've got to get out of here, I can't deal with this, I know I can not deal with this, it is too much for me right now. Plus before I came to India I had done a lot of work in America, and I had to sort out my whole life there and that was a lot of hard work and I didn't get much sleep and stuff. So oh God, when I got to India, it was oh God, this is too much, so I got a train straight to Goa, quite western there, lots of travellers and beaches, have you been there? It was a relief, and it was an easy way to introduce myself to India (Maryann, Australia oktober 1999).

Hovedgrunnen til at Maryann ikke holdt ut i Delhi var ifølge henne selv at hun var i ubalanse, hun hadde nettopp tatt viktige valg, jobbet hardt og sovet dårlig over tid. Å

ha kunnskap om stedet er således ikke nok, en må også ha ladete mentale og fysiske batterier for å kunne håndtere de nye erfaringene. En destinasjon som India blir således stående som en motsats til Syden – dit man drar for å slappe av. I India trenger man alle sine krefter intakte. Maryann taklet sin kulturkollisjon ved å dra til en rikere stat med en infrastruktur som er tilpasset turisme; Goa. Goa ble hennes trygge havn, der samlet hun krefter og skapte seg et mentalt og fysisk omkleddningsrom for India. Både Delhi og Goa er India. Begge steder fremstår som overveldende fremmedartet for en vestlig turist. Det er brennende hett, luften er mettet av intense dufter og odører. Inntrykk står i kø for å angripe alle sanser. Men i Goas små byer er tiggerne langt færre enn i storbyene, og folkemengdene er overskuelige. Strendene er blant de vakreste i verden, og Goa er Indias rikeste stat. Det er således mange gode grunner til at Goa gjerne blir beskrevet som et himmelrike. Maryann brukte den tiden hun trengte i Goa. Etter hvert tok hun større deler av landet i besittelse, og hun ble glad i India:

Ah, in India it was wonderful 'cause you could stay in a place for a week to ten days, some places I stayed for three weeks. They were really beautiful. The Himalayas ... The place and the people, it is all kind of gelling into one. It is that certain kind of magic that comes when you go to an amazing place, and meet amazing people. And I think the Himalayas were like that for me. So amazing. The Indian Himalayas were just beyond description. I have experiences there that I can not even put into words. Just so amazing. Absolutely beautiful. It is different from Nepal too, because Nepal – there is so many

package tourists that come to Nepal for three weeks to climb the mountains. So you get a lot of people that are there for three weeks, and then they are going back to their job or whatever. And they – they are not really – they don't have time to sit in cafes and talk for hours like people in India do. There was this funny thing in India that you will have breakfast in a cafe and then you sit and talk so much that it is time for lunch. And then you'd think, we have been here for five and a half hours, maybe we should do something else today? And we go like yeah, let us go and see something! I love that (Maryann, Australia Oktober 1999).

I dette sitatet snakker Maryann i begeistrede ordelag vekselvis om Indiske Himalaya, vekselvis om menneskene der. Hun sammenlikner med Nepal, som var mindre bra, grunnet stort nærvær av hastige kortidsturister. Maryann gir her uttrykk for noe som mange unge reisende har fortalt meg: Mennesker og sted glir sammen og skaper en symbiose. Folkene *blir* stedet, og stedet *blir* folkene. Å skille mellom sted og dets beboere og gjester kan være nyttig i en analytisk sammenheng. Men for de reisende kan disse ulike kontekstuelle dimensjonene vanskelig skilles fra hverandre. Når et sted oppleves som bra og folk der er åpne og positive, skapes noe spesielt; situasjonen blir en hendelse.² I intervjuet jeg siterer over forteller Maryann om opplevelser hun beskriver som magiske. Spesielt en hendelse har gitt opphav til en elaborert fortelling. Sammen med en venninne gikk Maryann seg vekk i fjellene i mørket. Ved å følge det hun ser som sine dyriske instinkter fant de et trygt sted å sove. De våknet på en fjellhulle, og det hele beskrives som fantastisk vakkert og intenst.

Stedet blir noe større enn seg selv, det gis rom for nye tolkninger. Følelsen av noe ekstraordinært ble forsterket av korttidsturistenes fravær. Slike turister har ifølge Maryann ikke tid til å snakke, sanse og erfare *nok* – eller *intense* nok. Det kan ta tid å komme inn i magien, inn i den ekstraordinære hendelsen. Og det tar tid å finne seg til rette med alt det nye. Maryanns strategi for å finne tonen med India var å være rolig, søke fred, sette seg ned. På denne måten, og ved å diskutere sine opplevelser og refleksjoner med andre reisende, håndterte hun stedets utfordringer.

Et av aspektene som gjør et sted attraktivt, er det som backpackeren opplever som kultur. Backpackerne søker gjerne steder og skikker som fremstår som gamle, opprinnelige og ekte, det søkes kontraster til eget hjemland og egen kultur. Dess mer eksotisk, dess bedre. I sitatet under diskuterer jeg India med den erfarne norske backpackeren Anna (32 år):

Eva-M: Din bror han fikk inspirert deg til å dra til India den første gangen – var du der lenge?

Anna: Ja – fem måneder kanskje? Fire-fem måneder.

Eva-M: Hva syntes du om det?

Anna: Helt ok. Jeg likte det. Og jeg hadde ikke tenkt på det i det hele tatt. Jeg hadde ingen forventninger eller forhåpninger eller ideer om det før jeg kom. Det er jo det mest annerledes landet du kan reise til.

Eva-M: Hvorfor mener du det?

Anna: På grunn av kulturen, for det at hinduismen er veldig spesiell, den finner du bare i India og en del på Bali, men Bali det er jo ikke India, det er jo noe helt annet. Men de har en del hinduisme der. For det at det løper kuer

rundt i gatene, måten folk er kledd på, templene. Det er noe helt annet enn buddhisme, og Thailand og resten av Østen. India er veldig spesielt (Anna, Norge sommeren 1998).

Anna liker Indias intense annerledeshet. Det at landet er så ulikt Norge blir en åpenbar kvalitet. Hun understreker hvordan hinduismen influerer hele samfunnet, religionen skaper både stedet og dets innbyggere. Dette er også faktorer som gjør India til et sted som gir grobunn for sterke opplevelser, ekte opplevelser. Intensitet er sentralt i mange backpackeres fortellinger om India; annerledesheten, de sterke kontrastene, den uforutsigbare konteksten forsterker sanseinntrykk og refleksjoner. Autentisitet blir uttrykt i en søken etter det naturlige, opprinnelige og ekte, både innenfor natur, kultur og religion. "Autentiske opplevelser" kjennes meningsfulle og ikke tomme, "autentiske steder" blir sett som levende, ikke som kulisser, og "autentiske folk" blir oppfattet som individer, ikke som statister. Med andre ord; *annerledeshet*, *intensitet* og *autentisitet* rommer ideer som filtrer seg sammen og danner kjernen i Backpackerland. Jeg vil nå se nærmere på disse tre kvalitetene.

Annerledeshet – Backpackerland er ikke som hjemme

Mange backpackere ville sikkert sagt at "alt" i Backpackerland skiller seg fra det de er vant til fra hjemlandet; det er det eksotiske uforutsigbare som gjør reisen så spennende. Et aspekt ved Backpackerland som jeg vil fremheve er *tiden*. Det kan virke som om tiden i Backpackerland har en annen rytme og et annet innhold enn vår hjemlige digitale hurtigtikkende tid. Tiden går annerledes i Syden også, folk der synes å ta det mer med ro. Dette både irriterer og

sjarmerer turisten, som selv har bedre tid enn hjemme, men samtidig har det travelt med å oppleve mest mulig. I Backpackerland er den fremmedartede tidsrytmen langt mer tydelig. Unge på langvarige reiser har tid og rom til å inkorporere nye tidsoppfattelser, som igjen påvirker deres valg og hverdagslige gjøremål. For mange innebærer dette å stille spørsmål ved ting en tidligere har tatt som en selvfølge. Backpackerne har siden barndommen lært å oppfatte tiden på en spesiell måte. Denne vestlige tidsoppfattelsen kan kalles klokke-tid (se Levine 1997, Tveit 2002a, Tveit 2002b, Elsrud 1998 og Cederholm 1999). En forsker som er spesielt opptatt av ulike tidsoppfattelser er sosialpsykologen Robert Levine. I boken *A geography of time* skriver han:

One of the most significant differences in the pace of life is whether people use the hour on the clock to schedule the beginning and ending of activities, or whether these activities are allowed to transpire according to their own spontaneous schedule. These two approaches are known, respectively, as living by clock time and living by event time. The difference between clock and event time is more than a difference in speed, although life certainly does tend to be faster for people on clock time (1997:82).

På en lengre reise legger backpackerne ofte både sitt hjemsted og dets udiskutable regler om tid og punktlighet bak seg. De går inn i nye tidssoner, i både overført og bokstavelig forstand. Teorier om tid og teorier om turisme danner en fruktbar symbiose. Sosiologen Erika Andersson Cederholm publiserte sin avhandling *Det extraordinäras lockelse. Luffaturistens bilder och opplevelser*

i 1999. Hun begynner slik: "Att resa är att överskrida gränser – eller åtminstone att för en begränsad tid tänja på dessa gränser. Tid och rum får en annan betydelse än i vardagen" (1999:9). I de reisendes nye hverdag blir hendelser viktigere enn klokke-tid; mange backpackere prøver ut hendelsestid ("event time") som ny alternativ tidsmodell, og tidsopplevelsen blir således et sentralt aspekt av det som gjør Backpackerland annerledes.

Når jeg har bedt backpackere om å beskrive hva som skiller stedene de reiser til fra hjemstedet, sier de ofte at stedene de besøker og landene de reiser gjennom er langt mer fargerike enn deres grå og kjedelige hjemsted. Mange peker på mer livsglede i landene de besøker. Det er ikke uvanlig at de unge rakker ned på sitt eget hjemland. Her finnes ingen "borte bra men hjemme best" filosofi, snarere det motsatte er tilfellet.

Jeg møtte nordmannen Robert (21 år) i Thailand høsten 1998. Robert hadde syklet alene i Thailand i månedssvis, og han hadde i tillegg erfaring fra en langvarig soloreise i Colombia. Robert var veldig negativ til Norge, hjemlandet interesserte ham ikke i det hele tatt. Han hevdet alt var svart-hvitt i Norge, kjedelig, ensartet og forutsigbart. Som nordmann provoserte hans sterke utsagn meg litt. Jeg hevdet at kulturforskjellene er fremtredende i vårt langstrakte land, med sin varierte natur og folk som har bodd relativt isolert fra hverandre. Det viste seg at Robert ikke engang hadde vært i nabobyen sin, og i det hele tatt hadde reist lite i Norge. Hans tanker om det fargeløse Norge var således i stor grad bygget på fordommer, mens hans tanker om Asia og Sør-Amerika som fargesprakende steder var bygget på førstehånds erfaring – som åpenbart gjør bildet mer nyansert.

Intensitet – i Backpackerland står impulsene i kø

Det å foretrekke steder som oppleves som fargerike kan henge sammen med at mange unge søker sterke inntrykk. Noen er det vi kan kalle "high sensation seekers". For dem er nivået for å vurdere noe som en hendelse satt høyt. De fleste hjemlige hverdagshendelser har for lav intensitet, de gir rett og slett ikke utslag på backpackerens indre barometer. Mange klager således over at det ikke skjer *noe* hjemme, slik unge Robert fnyser av mine utlegninger om variasjon i norsk kultur; den er for ham ubetydelig.

Intense opplevelser henger sammen med følelsen av virkelig å leve. Mange forskere peker på at senmodernitetens virkelighet oppleves som *uvirkelig* av mange. Men hva skyldes denne uvirkelighetsfølelsen? Sosiologen Anthony Giddens peker på fremveksten av institusjoner som individet ikke har innsikt i og oversikt over (f.eks. Giddens 1996, 1999). Vestens senmodernitet er motsetningsfull. På den ene siden er det en økende bevissthet om uforutsette og negative konsekvenser av våre handlinger. På den andre siden er folk flest skjermet fra ubehageligheter som det å fryse og sulte. Teknologi har tatt over mye av det tunge arbeidet, hverdagslivet glir forholdsvis friksjonsfritt for majoriteten. Noen reagerer på dette med en lengsel etter intense stimuli, "high sensation seekers" jakter på opplevelser som virkelig *kjennes* på kroppen.

All søken etter intensitet skal ikke tillegges senmoderniteten. Ungdom har til alle tider vært kjent som menneskehetens våghalser. I mitt arbeid med backpackere har jeg sett at utfordringer er viktige, det gir backpackerne selvtillit og status blant andre reisende. Å mestre utfordringer skaper kulturell identitet. Backpackerne vil delta *aktivt* i reisens ulike aktiviteter. Synsinntrykk kan oppleves som sterke, men det

er viktigere for dem *å gjøre*; det å være deltager oppleves som mer autentisk enn det å være observatør. Ekte opplevelser kan for backpackeren ha ulike konnotasjoner, men *intensitet* er sentralt; sterke mellommenneskelige interaksjoner er viktig. Fysiske utfordringer som oppheting, tørst, sult og kroppslig ubehag gjør at virkeligheten for backpackeren blir temmelig virkelig; intensitet fremmer autenticitet.

Adventure tourism er en form for turisme som imøtegår dem som er mest sultne på utfordringer. Turismeforskeren Karin Weber skriver i artikkelen *Outdoor Adventure Tourism* at enhver aktivitet kjennetegnes ved to dimensjoner: ferdigheter og utfordring. Hvis utfordringen overskrider individets ferdigheter kan dette føre til angst. På den annen side blir det kjedelig hvis utfordringen ligger langt under individets ferdighetsnivå. Det ideelle er når utfordringen og ferdighetene matcher, da kan individet oppnå noe som kalles "flow". Flow henspeiler til at selvet, selvbevisstheten og konteksten smelter sammen til en enhetlig opplevelse (Weber 2001: 369). Slike eller lignende erfaringer er sentrale i mange backpackeres reisefortellinger (se f.eks. Tveit 2002a:113, Elsrud 1998, Cederholm 1999). Men graden av utfordringer backpackeren søker varierer sterkt. I tråd med Weber mener jeg det skyldes ulik kompetanse, men også ulike interesser. For noen er det *nok* å takle varme, fremmed mat og det generelle kaos. Andre trenger langt mer intense stimuli. Enkelte oppsøker bevisst fare, ved å besøke sykdoms- eller krigstruede områder. Andre foretrekker fjellklatring, surfing og dykking under vanskelige forhold på utilgjengelige steder. Backpackeren som etter hvert har "been there, done that" trenger sterke inntrykk for at de skal gi utslag på hans/hennes indre barometer.

Den blaserte backpackers jakt på intense, ekte opplevelser er det som setter dramaet i gang i Alex Garlands populære backpackerroman *The Beach* (1997). Slik går dialogen mellom hovedpersonen Richard og hans nye kompis Étienne, da Richard spør ham hva han har drevet med den siste måneden:

"Not only Bangkok, surely?"

"No, no." Étienne shook his head vigorously. "A few days in Bangkok is enough. We have been up north"

"Chiang Mai?"

"Yes, we went on a trek. We rafted on a river. Very boring, no?"

He sighed and leant backwards, resting his back on the stone step behind him.

"Boring?"

Étienne smiled. "Raft, trek. I want to do something different, and everybody wants to do something different. But we all do the same. There is no ... ah..."

"Adventure" (Garland 1997:19)

I dette sitatet viser Garland til at det å reise til Chiang Mai i flokk med andre backpackere ikke er videre statusgivende, og forfatteren fremhever således det temmelig uoppnåelige backpackeridealet om *individuelle* ekspedisjoner og heltedåder. Den svenske sosiologen Torun Elsrud griper fatt i samme emne i sin artikkel *Risk creation in travelling*. De fleste av hennes informanter ga uttrykk for at områder med mye turister ikke bød på utfordringer; man må vekk fra turistmengden hvis man skal oppleve noe unikt (Elsrud 2001:607, se også Desforges 1998). En god og intens opplevelse er uløselig knyttet til konteksten; stedet og stemningen der den tar plass. For mye tilrettelegging og kommersialisme, for mange andre turister og turist-iscenesettelser gjør at opplevelse og sted oppleves lite autentisk.

Autentisitet – i Backpackerland kjennes alt ektere

Kommersialiseringens betydning for backpackernes opplevelse av autentisitet er et av emnene Cederholm tar for seg i sin bok om "luffaturister" (1999). Kommersialiseringen av en turistarena kan få den til å kjennes som en turistfelle, skriver hun. Penger er en sterk distanserende faktor. Hun refererer til backpackere som ønsker å betale den samme prisen for varer som de lokale gjør for å være *en av dem*; og dermed skape en illusjon om at skillet mellom lokalbefolkning og gjester er mindre enn det ser ut. Disse turistene ønsker å ha relasjoner til lokalbefolkningen uten at det dreier seg om varer eller tjenester de må kjøpe. I forsøk på å unngå et overveldende økonomisk press, og ideelt sett gli ubemerket inn i omgivelsene, kan turisten gjennom frisyre, klær og bagasje, hotell og transportvalg prøve å kommunisere at hun ikke har mye penger (Cederholm 1999:75).

Turisten kan prøve å fremstå som litt mindre prangende vestlig – men turisten kan ikke løpe fra sin rolle som turist. Turistopplevelser er ofte regulert eller knyttet opp mot ulike kommersielle interesser. Mange synes å mene at det kommersielle aspektet besudler en reise, men de fleste turister finner en viss kommersialisering akseptabel. For backpackeren er det ok å spise et stykke pizza i Bangkok når ganen er sliten av grønn chili og kokosmelk. Men hvis deres lille favorittsted på en avsidesliggende øy blir invadert av både Pizza Hut, McDonald's og Kentucky Fried Chicken, blir stedet "too touristy" – stedet blir "turistifisert". Dette uttrykket er i ferd med å etablere seg i den norske turistdiskursen. Et turistifisert sted er infisert av pengegriske interesser. Turistifiseringen infiserer hendelsene og gjør dem mindre autentiske og dårligere egnet både som minner og som fortellinger.

Men hva er *det ekte* og hva betyr *autentisitet*? Selve ordet er utledet fra greske "authentēs" og innehar den doble meningen *autoritet* og *original*. Ordet har således konnotasjoner mot noe ekte, en versjon som har forrang fremfor andre og mot noe opprinnelig. Ulike konnotasjoner blir vektlagt i ulike sammenhenger. For den amerikanske folkloristen Regina Bendix er det historiske aspektet sentralt; jakten på det ekte er en ferd mot fortiden. Hun skriver:

The quest for authenticity is a peculiar longing, at once modern and antimodern. It is oriented toward the recovery of an essence whose loss has been realized only through modernity, and whose recovery is feasible only through methods and sentiments created in modernity (Bendix 1997:8).

Vår tids ideal om vekst og utvikling som en prosess i full fart fremover har tvunget oss til å stille spørsmål ved hva vi drar i fra, og hva vi mister på veien. En reise til et utviklingsland kan oppleves som en tur i tidsmaskin. Vårt vestlige velferdssamfunn tilbyr oss plass på denne tidsmaskinen, mens en reise i motsatt retning er noe befolkningen i de fattige landene bare kan drømme om. Det er ikke bare backpackere som hopper på tidsmaskinen. Sydenturister gjør det gjerne de også, selv om idealet her mer er det pittoreske enn det primitive, og sydenturistene foretrekker mer av en "beskyttende boble" (se Cohen 1974) rundt seg i møte med det fremmede.

Lengselen etter det autentiske handler ikke bare om nostalgi, det handler også om dikotomier som natur/kultur, ubearbeidet/tilrettelagt og frihet/kontroll. Backpackere ønsker å skape sin hverdag på reisen *selv*, uavhengighet og individualisme er helt sentralt for dem. Å se Backpackerland

som et autentisk sted innebærer ikke å fastsette grenser eller lage en innholdsfortegnelse. Snarere må Backpackerland sees som en rekke kontekstuelle faktorer som kan variere, både over tid, og hos reisende med ulik kompetanse og motivasjon. Et autentisk sted finnes ikke, og kan ikke finnes, hvis ikke et individ eller en gruppe tolker det slik, og tolkningen vil være vesensforskjellig mellom beboere og gjester.

Likevel har autentisitet vært et kjernebegrep i turismeforskning siden MacCannel skrev *The Tourist. A new theory of the leisure class* i 1976. MacCannel teoretiserer autentisitet i turistopplevelser, og inndeler de iscenesettelser turisten møter som mer eller mindre autentiske. Det er gitt at målet til turisten er å komme *back stage*, bak turistindustriens kulisser, service-tilbud og festlige påfunn. Dette er et ideal som ifølge MacCannel er dømt til å mislykkes. Turismeforskeren Tim Edensor er kritisk til MacCannels analyser, Edensor hevder MacCannel bare fokuserer på og generaliserer over *en* form for autentisitet; den vestlige middelklasseturister søker i sine forsøk på å klassifisere "den andre". Denne betydningen av autentisitet er ikke dynamisk og åpner ikke opp for subjektiv fortolkning. Edensor mener at på symbolske steder pleier det å være mange konkurrerende fortolkninger av hva som konstituerer de "autentiske" attributtene (Edensor 1998:3, se også Cederholm 1999:59).

Videre er det ikke nødvendigvis slik at backpackerens/turistens fortolkninger stemmer overens med produsentens intensjoner. Mange gjennomskuer "staged authenticity" som nettopp iscenesettelser. Samtidig kan iscenesatte hendelser og kulturmøter gi opplevelser som tolkes som ekte og autentiske; spesielt hvis økonomiske motiver ikke er for fremtredende, og

det gis rom for individuell spontanitet og interaksjon. Gode eksempler på dette blir gitt av etnologen Kirsti Mathiesen Hjemdahl i hennes doktoravhandling om temaparker (Hjemdahl 2002): å være i og leve ut en fiksjon kan utmerket godt gi en autentisk *opplevelse*, og stedet oppleves som ekte hvis det følger fiksjonens regler.

Backpackerland – et sted å vokse på

I denne artikkelen har jeg perspektivert Backpackerland med Syden, og vist at disse to geografiske fiksjonene motiverer og gir rom for turister med forskjellige ønsker og ulik tid til rådighet. Begge fiksjoner har det til felles at de er skapt i kontrast til turistens hjemland, og motivasjonen for å reise kan like mye være å komme seg vekk fra hjemstedet for en tid som å dra til et spesifikt område.

Idealet om det autentiske stedet er sentralt i backpackerens kultur. Men de færreste er fanatiske, de fleste gir uttrykk for en forståelse av at turisme er en aktivitet avhengig av kompromisser. Backpackerne danner i interaksjon med reiselivsbransjen, media og andre turistsegmenter en fiksjon og et faktisk sted der de kan trives – lenge. Her kan turisten i eget tempo prøve ut egen identitet, reforhandle sosiale relasjoner og skape seg en ny hverdag i bevegelse.

Backpackerland består av steder med ulik symbolverdi og status. Jeg har fremhevet India som et statusgivende sted med sterk symbolverdi. Ikke alle land og steder backpackere reiser til inngår i det Backpackerland jeg har beskrevet.³ Jeg har fremhevet hovedfiksjonen, den mest innflytelsesrike fortellingen som handler om statusgivende og eksotiske destinasjoner. I denne geografiske fiksjonen blir enkelte kvaliteter fremhevet og andre underkommunisert. Jeg har fokusert på annerledeshet, intensitet og autenticitet. At back-

packerene selv bidrar til kommersialisering, modernisering og vestliggjøring av sine reisemål blir underkommunisert i denne fortellingen. Turisme generelt kjennetegnes nettopp av at den reisende står i en uforpliktende relasjon til lokalsamfunnet, motivert av egne behov og forutsetninger. På den annen side finnes idealer i backpackerkulturen om å komme under huden på vertskulturen. Idealene om selvutvikling og refleksjon er også utbredte. Jeg spurte Australske Maryann om hva hun satt igjen med etter sine langvarige reiser:

It is funny, I think that the goodness that travelling did for me was ... One of the things that was always in the back of my mind as a worthwhile way to contribute, to be of service to society, was the idea of doing hospice work, which is – do you know what that is? It is for people that are dying of terminal illnesses, you help them through the dying process. And while I was in India, in the last week I was there, I did a mediation course, and it really crystallised that for me as something I could do. And that is one thing I am going to do while I am here. Initially I think you start doing it as a volunteer, I don't know if you can get work in it or whatever, but it is something that I am really interested in. That whole process. (...) 'cause I know it is such an incredibly difficult process for a lot of people to go through. And I think a lot of people are dying – especially of something like Aids too – a lot of their relatives completely stay away, and these people die very lonely and unhappy. So – this is something I want to look into, and that is sort of why I am here, and I am going to hospices around this area. Actually that is the thing I should do tomorrow (latter).

(...) I think something like partying or something should be an enhancement to your life, not your focus. It was for a long time for me, and I got kind of stale with that. If you've got no joy to bring to a party, you've got nothing to celebrate. You might as well just be in the pub while everybody else is getting pissed. It is the same thing (latter). So yes, that is tomorrow's plan! (Maryann, Australia oktober 1999)

Enkelte erfarne langtidsreisende gir uttrykk for at de har fått mye *av verden*, og gjerne vil gi noe tilbake. Maryann har fokusert mye på seg selv i de senere år. Det å reise som backpacker kan tolkes som et hedonistisk prosjekt. Maryann forteller selv at hun har festet så mye at det til slutt ble meningsløst – hun begynte å bli bevisst at hun ikke hadde noe å feire. I lys av protestantismen kan dette tolkes som om Maryann ønsker å gjøre opp for seg, ved å jobbe med de mest tabubelagte døende. Men backpacking handler slett ikke bare om hedonisme. For mange er nøyshet en vesentlig del av reisens opplevelse og utfordring, slik er det også for Maryann. Hennes henvisning til meditasjon som innsiktsgivende aktivitet er en av flere referanser i dette intervjuet som henviser til New Age bevegelsens betydning i Backpackerkulturen. I Maryanns fortellinger om det stedet jeg har valgt å kalle Backpackerland handler det om viktige, eksistensielle ting. Den fysiske reisen følges av en åndelig reise. Slik er det slett ikke for alle. Men i konstruksjonen av Backpackerland, i dets idealer og i fortellingene om dette stedet er *potensialet* for personlig vekst sentralt. Backpackerland er mer enn et eksil for solflyktninger, noe annet enn en utvidelse av Syden. Det er et sted der unge voksne kan spille seg i annerledeshet, få

intense impulser, ha autentiske opplevelser og nyte solen – i et trygt nettverk av likesinnede.

Noter

1. Det var ikke så ofte forholdene og konteksten tillot lydopptak av intervju. Ofte foregikk samtalen i kaotiske, støyende omgivelser, eller ved siden av andre gjøremål. Jeg har 22 intervjuer på minidisk. Det er disse jeg siterer i denne artikkelen.
2. Jeg forstår her en hendelse som et forløp med en begynnelse og en slutt, der noe skjer som individet opplever som signifikant.
3. Mange backpackere drar til Australia, og ungdom derfra drar til Europa. På slike høykostnadssteder er backpackere kun kort tid, eller de jobber parallelt med reisingen.

Litteratur

- Bendix, Regina 1997. *Authenticity : The Formation of Folklore Studies*. The University of Wisconsin Press, Madison, Wis.
- Cederholm, Erika Andersson 1999. *Det extraordinäras lockelse : Luffarturistens bilder och upplevelser*. Arkiv avhandlingsserie 51, Lund.
- Cohen, Erik 1974. "Who is a Tourist? A Conceptual Clarification". I: *The Sociological Review*, vol. 22, 2, s. 527-555.
- Côté, James E. & Anton L. Allahar 1996. *Generation on Hold : Coming of Age in the Late Twentieth Century*. New York University Press, New York. (Førsteutgaven utgitt 1994).
- Desforges, Luke 1998. "Checking out the planet" : Global representations/local identities and youth travel". I: *Cool Places : Geographies of youth cultures*. Red.: Tracey Skelton & Gill Valentine. Routledge, s. 75-192. London.
- Døving, Runar 1993. *Syden : fritidens land og dets folk*. Hovedoppgave i antropologi. Universitetet i Oslo.
- Edensor, Tim 1998. *Tourists at the Taj :*

- Performance and Meaning at a Symbolic Site*. Routledge, London.
- Elsrud, Torun 1998. "Time Creation in Travelling : The taking and making of time among women backpackers". I: *Time and Society*, Vol. 7, s. 309-334.
- Elsrud, Torun 2001. "Risk Creation in Travelling. Backpacker Adventure Narration". I: *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 3, s. 597-617.
- Finlay, Hugh med flere 1993. *Lonely Planet India : a travel survival kit*. Lonely Planet Publications, Melbourne. (Førsteutgaven utgitt 1981).
- Garland, Alex 1997. *The Beach*. Penguin Books. (Førsteutgaven utgitt 1996). London.
- Giddens, Anthony 1996. *Modernitetens konsekvenser*. Hans Reitzels Forlag, Danmark. (Førsteutgaven utgitt 1990).
- Giddens, Anthony 1999. *Runaway World : How Globalisation is Reshaping our Lives*. Profile Books, London.
- Hauan, Marit Anne & Gry Heggli (red.) 2002. *Younger than Yesterday, Older than Tomorrow : Cultural Perspectives on Contemporary Childhood and Youth*. NNF Publications, Åbo.
- Hjemdahl, Kirsti Mathiesen 2002. *Turl/retur temapark : oppdragelse, opplevelse kommer*. Avhandling til fremstilling for dr.art.graden. Det historisk-filosofiske, fakultet, Universitetet i Bergen.
- Kalvø, Are 2002. *Syden*. Gyldendal Norsk Forlag, Oslo.
- Levine, Robert 1997. *A geography of time : The temporal misadventures of a social psychologist*. Basic Books, New York.
- MacCannell, Dean 1999. *The Tourist : A new theory of the leisure class*. University of California Press, Berkeley. (Førsteutgaven utgitt 1976).
- Sutcliffe, William 1998. *Are you experienced?* Penguin Books, London. (Førsteutgaven utgitt 1997).
- Tveit, Eva-Marie 2002a. *Birds of Passage : An inquiry into the culture of young individual long-term travellers*. Dissertation for the dr.art.degree. Department of Cultural Studies and Art History, University of Bergen.
- Tveit, Eva-Marie 2002b. "Little Money and Lots of Time : Young Individual Travellers Questioning Time Paradigms". I: *Younger than Yesterday, Older than Tomorrow : Cultural Perspectives on Contemporary Childhood and Youth*. Red.: Marit Anne Hauan & Gry Heggli. NNF Publications, s. 155-185. Åbo.
- Weber, Karin 2001. "Outdoor Adventure Tourism : A Review of Research Approaches". I: *Annals of Tourism Research* Vol. 28, No. 2, s. 360-377.
- Wyn, Johanna & White, Rob 1997. *Rethinking Youth*. SAGE Publications, London.