

# Autenticitet inom backpacking

**En studie som undersöker autenticitet och hedonism inom backpacking**

**Av: Martina Persson och Rashid Yakhyaev**

Handledare: Saeid Abbasian

Södertörns högskola | Institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik

Kandidatuppsats 15 hp

Turismvetenskap C | VT 2019



## Sammanfattning

Denna studie undersöker autenticitet och hedonism inom backpacking. Postmodernismen har lett till en homogenisering gällande de destinationer som backpackers besöker och aktiviteter de utför. Autentiska upplevelser blir således svårare att hitta samt urskilja på grund av den rådande massturismen. Denna studie mäter svenska backpackers uppfattningar och beteenden gällande autenticitet, med hjälp av en enkätundersökning som besvaras av 203 respondenter. Datainsamlingen presenteras i form av tabeller samt beskrivande text och analyseras med hjälp av ett teoretiskt ramverk som innefattar autenticitet, backpacking, hedonism samt välmående. Resultatet visar att svenska backpackers uppfattningar samt beteende har störst koppling till existentiell autenticitet och att den hedonistiska njutningen är en del av den moderna backpackern.

**Nyckelord:** Autenticitet, backpacking, hedonism, välmående, objektrelaterad autenticitet, objektivistisk autenticitet, konstruktivistisk autenticitet, existentiell autenticitet

## Abstract

This study explores authenticity and hedonism in backpacking. Postmodernism has led to a homogenization in regards to the destinations that backpackers visit and the activities they perform. Authentic experiences are thus much more difficult to find and discern due to the prevailing mass tourism. This study measures Swedish backpacker's perceptions and behaviors regarding authenticity, using a questionnaire survey that is answered by 203 participants. Data collection is presented in the form of tables and descriptive text that is analyzed using a theoretical framework which includes authenticity, backpacking, hedonism and well-being. The result shows that Swedish backpacker's perceptions and behaviors are most closely linked to existential authenticity and that hedonistic enjoyment is part of the modern backpacker.

**Keywords:** Authenticity, backpacking, hedonism, well-being, object-related authenticity, objective authenticity, constructive authenticity, existential authenticity

# Förord

Vi vill tacka alla som har kommit med konstruktiv kritik till vår studie denna vårtermin, vilket har bidragit till nya perspektiv som har varit användbara i vårt skrivande. Vi vill rikta ett extra stort tack till vår handledare Saeid Abbasian som har väglett och stöttat oss under kursens gång.

## **Ansvarsfördelning:**

Inledning - Martina Persson

Metod - Rashid Yakhyaev

Teori - Martina Persson

Empiri - Rashid Yakhyaev

Analys - Martina Persson och Rashid Yakhyaev

Slutsats - Martina Persson och Rashid Yakhyaev

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemformulering	2
1.3 Syfte	3
1.4 Frågeställningar	3
1.5 Avgränsning	3
<b>2. Metod</b>	<b>4</b>
2.1 Enkätundersökning	4
2.2 Urval	5
2.3 Analysmetod	6
2.3.1 Kvantitativ data	6
2.3.2 Kvalitativ data	6
2.4 Etik	7
2.5 Metodkritik	8
<b>3. Tidigare forskning och teori</b>	<b>10</b>
3.1 Backpacking och autenticitet	10
3.2 Autenticitet inom turism	11
3.3 Objektrelaterad och existentiell autenticitet	12
3.3.1 Objektivistisk autenticitet	13
3.3.2 Konstruktivistisk autenticitet	13
3.3.3 Existentiell autenticitet	14
3.4 Hedonism och välmående inom turism	15
<b>4. Empiri</b>	<b>17</b>
4.1 Enkätundersökningen	17
4.1.1 Resultat av enkätundersökningens påståenden	18
4.1.2 Sammanställning av enkät	20
4.1.3 Enkätundersökningens öppna frågor	21
<b>5. Analys</b>	<b>23</b>
5.1 Objekt-relaterad autenticitet	23
5.2 Existentiell autenticitet	24
5.2.1 Intra-personal	24
5.2.2 Inter-personal	26
5.3 Hedonism	28
5.4 Sammanställning och diskussion	29
<b>6. Slutsats</b>	<b>31</b>
<b>Referenser</b>	<b>32</b>
<b>Bilagor</b>	

## Figurförteckning

Tabell 1: Resultat för Cronbachs alfa.....	8
Figur 1: Två subkategorier av autenticitet.....	13
Figur 2: Existentiell autenticitet och dess dimensioner.....	14
Tabell 2: Respondenternas sociodemografiska bakgrund .....	17
Tabell 3: Resultatet för objektrelaterad autenticitet .....	18
Tabell 4: Resultat för existentiell autenticitet (intra-personal).....	19
Tabell 5: Resultat för existentiell autenticitet (inter-personal).....	19
Tabell 6: Resultat för hedonism .....	20
Tabell 7: Sammanställning av enkätundersökningens subkategorier .....	20
Tabell 8: Konstruktivistiska och objektivistiska påståenden .....	23
Tabell 9: Intra-personal - kroppskänslor och självförverkligande .....	25
Tabell 10: Inter-personal – familjeband och turistiska communitas .....	27
Tabell 11: Påståenden som undersöker hedonism.....	28
Tabell 12: Sammanställning av subkategorierna .....	29

# 1. Inledning

## 1.1 Bakgrund

Redan på 1700-talet började unga människor resa med syftet att utbilda sig samt utöka sin kunskap om världen, dessa resor kallades för *The Grand Tour* och utövades huvudsakligen av unga män från Europa som tillhörde överklassen (Loker-Murphy & Pearce 1995; Shaffer 2004; Cohen 2003; O'Reilly 2006). Forskarna menar att *The Grand Tour* utvecklades med tiden och att resandet övergick från utbildning till rekreation samt blev tillgängligt för människor som tillhörde låg- samt medelklassen. Dessa menar även att den moderna backpackingen som människan känner till idag, har sitt ursprung i *The Grand Tour*.

Backpacking är i dagens läge en förhärskande form av turism. Fenomenets utövare har sedan 1970-talet uppmärksammats inom forskning i diverse sammanhang och har därefter tagits upp i litteraturen under olika definitioner som *drifters*, *nomads*, *long-term budget travelers*, *wanderers*, *youthful travellers* etcetera (Cohen 1972; Vogt 1976; Ateljevic & Doorne 2000). Maoz (2007) beskriver backpackers som unga resenärer, vanligen mellan 20–30 år, med ett resemotiv som exempelvis innefattar att uppleva olika kulturer, hitta någon form av mening eller fly från vardagens rutiner (Cohen 2003). På destinationen är utforskning av naturområden, upptäckandet av nya kulturer samt deltagandet i olika äventyrsaktiviteter, är det som brukar locka backpackers mest (Maoz 2007). Forskaren beskriver backpackern som en sökare efter sällsynta och autentiska upplevelser genom umgänge med lokalbefolkningen och att ta sig ut på utforskade rutter. Cohen (2003) menar att backpackers vanligen dras till de rurala miljöerna, framför de urbana, i sökandet efter autentiska upplevelser.

Backpackern brukar ha en mer begränsad budget, till skillnad från övriga resenärer, då dessa ofta reser under en längre tid samt till flertalet destinationer och har vanligen inte en bestämd resväg utan ändrar sin rutt under resans gång (O'Reilly 2006). Några av de vanligast förekommande destinationerna för backpacking är Sydostasien, Australien och Sydamerika (Kilroy Sweden AB u.å.a; WYSE travel confederation u.å; Paris, Musa & Thirumoorthi 2014; Loker-Murphy 1997). Cohen (2003) menar att dagens backpackers gärna vill separeras från den övriga massturismen och anser sig vara de "riktiga" resenärerna, vilket i sin innebörd kan kopplas till begreppet autenticitet.

*Autenticitet* är ett abstrakt begrepp som har fått mer uppmärksamhet inom forskning och har bidragit till flera intressanta diskussioner (MacCannell 1973; 1976; Schudson 1979; Wang 1999; Reisinger & Steiner 2006). Autenticitet kan enligt uppslagsverk även tolkas som *tillförlitlighet* samt *äkthet* (Svenska Akademiens ordbok u.å.). Framför allt har begreppet fått större uppmärksamhet då sökandet efter autenticitet har förändrats till följd av postmoderna trender (Cohen 2003). Fenomenet introducerades inom turism av MacCannell (1973) då han skrev om turisternas resemotiv samt upplevelser och menade att turister vanligen dras mot platser av social, historisk och kulturell betydelse. MacCannells syn på autenticitet startade en diskussion bland forskare som, under de senaste 40–50 åren, har utvecklat fenomenets

definition. Autenticitet har kommit att bli ett omtalat ämne inom backpacking och ett alternativ till en mer äkta upplevelse inom resebranschen där forskare både ställer sig kritiska och positiva till nyttjandet av begreppet. I dessa diskussioner har även hedonism fått ta större plats (Shepherd 2015; Hyounggon & Tazim 2007; Cohen 2003).

Hedonism inom turism beskrivs som ett beteende där både sociala samt personliga spärrar som moral och etik upphävs för att ersättas av olika njutningsformer och tillfälliga förbindelser. Njutningen har således kommit att bli en självklar del av turism som erbjuder olika sinnesupplevelser med syftet att tillfredsställa turistens begär. Standardiserade paket där turisten erbjuds njutning och placeras i gengäld i en kontrollerad och trygg miljö, utgör en stor del av den massturism som råder idag. Dessa standardiserade paket strukturerar turistens dagar och påverkar konsumtionen av de turistiska aspekterna som upplevelser, mat, boende och transport (Teshfahoney & Schough 2010, s. 110–112).

## 1.2 Problemformulering

I samband med det stigande globala resandet som har skett inom turismsektorn, har även backpacking ökat i antal resenärer (Paris et al. 2014). Detta har i sin tur lett till att allt fler backpackers reser till samma platser som har blivit etablerade backpacker-destinationer (Kilroy Sweden AB u.å.b). Dessa förutbestämda destinationer och rutter leder till en homogenisering gällande de aktiviteter samt sevärdheter som backpackers upplever, vilket motstrider den ursprungliga betydelsen av autenticitet (Cohen 2003; Westerhausen & Macbeth 2003). Autentiska upplevelser blir således svårare att hitta samt urskilja på grund av den rådande massturismen och homogeniseringen. Synen på autenticitet har på grund av denna förändring fått nya definitioner och perspektiv i takt med den forskning som utförs (MacCannell 1973; MacCannell 1976; Cohen 1988; Taylor 2001; Wang 1999; Lau 2010).

Flera studier konstaterar att backpackers lägger ett stort värde i att separeras från övriga turister eftersom de har resemotiv som bygger på utforskandet av det orörda, olika kulturer, natur, den lokala befolkningen och sökandet efter en identitet (Cohen 2003; Chen, Bao & Huang 2014; Ooi & Laing 2010; Paris & Teye 2010; Larsen, Øgaard & Brun 2011). Dessa forskare belyser samtidigt att postmodernismen har lett till ett nytt sätt att backpacka än tidigare där sökandet av det autentiska har fått lämna mer utrymme för den hedonistiska njutningen (Maoz 2007; Cohen 2003; Paris et al. 2014).

Ett av de autentiska perspektiven som har diskuterats mer inom forskning är existentiell autenticitet som presenterades av Wang (1999). Synsättet har kopplingar till aktiviteter samt upplevelser och har diskuterats i samband med hedonism samt backpacking (Canavan 2018; Cohen 2003; Kirillova & Lehto 2015; Kim & Jamal 2007). Trots att backpacking länge har associerats med autentiska upplevelser har det på senare tid fått fler inslag av hedonism (Cohen 2003; Canavan 2018). Det råder även en diskussion kring backpackers och autenticitet kopplat till beteende, resemotiv, identitet samt kultur och nationalitet (Collins-Kreiner, Yonay & Even 2018; Locker-Murphy & Pearce 1995; Zhang, Morrison, Tucker & Wu 2018). Dessa studier



har genererat resultat som påvisar en del skiljaktigheter, vilket tillsammans med den ovannämnda problemformuleringen ger upphov till vidare forskning.

### 1.3 Syfte

Syftet med denna studie är att bidra med ökad kunskap om begreppet autenticitet inom backpacking, vilken roll detta fenomen har samt hur den uppfattas av svenska backpackers som reser i Sydostasien. Det är även intressant att undersöka huruvida den hedonistiska njutningen, som enligt forskningen har blivit ett allt tydligare inslag i dagens backpacking, har kommit att ersätta autenticiteten. Majoriteten av den existerande litteraturen inom ämnet autenticitet har ett kvalitativt tillvägagångssätt. Denna studie kommer huvudsakligen att bestå av kvantitativ metod för att undersöka fenomenet på bredden och bidra med kunskap till ämnesområdet.

### 1.4 Frågeställningar

För att uppfylla studiens syfte har följande frågeställningar valts:

- Vilken typ av autenticitet upplevde svenska backpackers mest på destinationerna?
- Är svenska backpackers uppfattningar och beteenden mer autentiska eller hedonistiska under deras backpackingresa?

### 1.5 Avgränsning

Denna studie är avgränsad till backpacking, med en vistelsetid på minst 30 dagar, inom länderna i Sydostasien. I Sydostasien ingår följande länder: Malaysia, Kambodja, Thailand, Vietnam, Indonesien och Filippinerna. Studiens respondenter består endast av backpackers med svensk nationalitet.

## 2. Metod

För att besvara studiens frågeställningar har kvantitativ samt kvalitativ forskningsmetod tillämpats. Den större delen av empiriska data samlades in genom en kvantitativ metod och kompletterades med hjälp av den kvalitativa ansatsen. Dessa angreppssätt har valts av författarna eftersom studiens frågeställningar besvaras på bästa sätt med en metod som införskaffas från en målgrupp av respondenter där konkreta svar presenteras i form av siffror och numeriska data. Studiens öppna frågor fungerar i sin tur som ett komplement vid analysen av kvantitativa empirin.

I denna studie nyttjas primära samt sekundära källor. Författarna genomförde en enkätundersökning med stängda samt öppna frågor och detta utgör studiens primärdata, vilket enligt Holme och Solvang (1997, s. 132–133) är information som självständigt sätts samman av forskaren. Vetenskapligt granskade artiklar, böcker och webbsidor utgör studiens sekundärdata, vilket enligt Bryman (2018, s. 383–385) definieras som redan existerande data, exempelvis nyhetsartiklar, officiell statistik och böcker.

En epistemologisk eller kunskapsteoretisk frågeställning handlar om vad som är eller vad som ska betraktas som kunskap inom ett ämnesområde. En speciellt viktig fråga i detta sammanhang är frågan om huruvida den sociala verkligheten kan eller bör studeras utifrån samma principer, metoder och verklighetsbild som tillämpas inom naturvetenskapen.

(Bryman 2018, s. 51)

Ontologi är en lära om “vad som finns” och den innefattar följande två ståndpunkter: *objektivism* och *konstruktivism* (Bryman 2018, s. 57). Objektivism är en vetenskapssyn där verkligheten existerar oberoende av människan och dennes uppfattning. Forskning där kunskap uppnås genom mätbar verifiering klassificeras som kvantitativ och ligger ofta närmare objektivismen (Bryman 2018, s. 57). Konstruktivism är en ontologisk vetenskapssyn som innebär att sociala företeelser konstrueras av människor och är under en ständig revidering (Bryman 2018, s. 58–59). Denna studie har således kopplingar till dessa vetenskapliga synsätt då den innefattar kvantitativa och kvalitativa data. Enkätundersökningen har i syftet att samla in data som analyseras och presenteras i form av siffror, vilket har kopplingar till objektivismen. Kvalitativa data innefattar ord som analyseras samt tolkas utifrån författarnas förståelse. Detta, tillsammans med det *induktiva* tillvägagångssättet, som tillämpas i denna studie, innebär att det finns kopplingar till konstruktivismen. Ett induktivt tillvägagångssätt innebär att data analyseras och resulterar i generering av teorier, en strategi som nyttjas i denna studie (Bryman 2018, s. 49, 61).

### 2.1 Enkätundersökning

Eliasson (2018, s. 28–29) skriver att enkätundersökningar associeras med kvantitativa metoder och att enkät fungerar väl vid undersökning av större grupper. I denna studie nyttjas en enkätundersökning som består av 12 frågor (se bilaga 1). Dessa frågor kan delas in i tre kategorier. **Kategori 1:** de fem första frågorna ämnar samla in sociodemografiska data från

respondenterna. **Kategori 2:** fråga sex, sju, åtta och nio utformades som en *likertskala* med syftet att mäta deltagarnas attityder, uppfattning och beteende. En likertskala är en vanlig teknik inom surveyforskning (Bryman 2018, s. 204). Likertskalan utgörs av 17 påståenden där var och en av dessa innehåller följande alternativ: stämmer inte alls, stämmer någorlunda, vet inte, stämmer ganska bra och stämmer helt. Fråga sex innehåller påståenden som ämnar mäta objektrelaterad autenticitet (se figur 1). Frågorna sju samt åtta innehåller påståenden som har i syfte att mäta existentiell autenticitet (se figur 2). Fråga nio har i syfte att mäta graden av hedonism i förhållande till deltagarnas beteende under deras resor. **Kategori 3:** denna enkätundersökning innefattar även öppna, kvalitativa frågor (10 och 11) som ämnar komplettera den kvantitativa data. Samtliga frågor är obligatoriska för att minska bortfall och enkätundersökningens sista fråga är utformad i enlighet med GDPR-guiden från Södertörns högskola, vilket innebär att enkätundersökningen har inga bortfall och att samtliga deltagare har lämnat samtycke.

Enkätundersökningens frågor och påståenden formulerades av studiens författare med hjälp av tidigare studier som hade tillämpat kvantitativ metod och undersökte backpacking (Kolar & Zabkar 2010; Paris et al. 2015; Lin 2017; Lin & Liu 2018; Zhang et al. 2018). För att säkerställa att frågeformuläret har ett tydligt språk och struktur, testades detta genom en *pilotundersökning*. Eliasson (2018, s. 40–41) menar att en pilotundersökning kan vara av vikt för att åtgärda eventuella brister samt förbättra frågeformuläret. Enkätundersökningen skickades till två andra studenter för kritisk granskning och dessa påpekade mindre språkfel som åtgärdades omgående.

## 2.2 Urval

Denna studie ämnar undersöka hur svenska backpackers uppfattar autenticiteten under deras vistelser i Sydostasien. Ett *bekvämlighetsurval* har tillämpats för att besvara studiens frågeställningar. Ett sådant urval “består som namnet antyder av sådana personer som för tillfället råkar finnas tillgängliga för forskaren” (Bryman 2018, s. 243). Ett bekvämlighetsurval gör det omöjligt att dra slutsatser som representerar hela populationen (Bryman 2018, s. 243–244; Eliasson 2018, s. 47). Undersökningens slutsatser kan således enbart generaliseras för det stickprovet som analyseras i denna studie

Enkätundersökningen länkades i en Facebookgrupp som heter *Svenska Backpackers - Asien*. I dagens läge består gruppen av cirka 4400 medlemmar och detta underlättade insamlingen av data. Efter en vecka hade 203 respondenter medverkat i enkätundersökningen och vid denna tidpunkt bestämde författarna att stänga frågeformuläret och föra in all data i SPSS.

## 2.3 Analysmetod

### 2.3.1 Kvantitativ data

Insamlade data analyserades i mjukvaran SPSS. *Univariat* analys är en metod som nyttjas i samband med kvantitativa data. Metoden innebär att forskaren analyserar en variabel i taget (Bryman 2018, s. 411). Sociodemografiska faktorer (se tabell 2) analyserades och framställdes med hjälp av en frekvenstabell. Frågorna sex, sju, åtta och nio, det vill säga det som utgör själva likertskalan och större delen av analysen, består av *ordinala* variabler. En ordinalvariabel har ett rangordningssystem med ett okänt avstånd mellan kategorierna (Bryman 2018, s. 410; Eliasson 2018, s. 66). Samtliga ordinalvariabler analyserades genom ett *centralmått* och ett *spridningsmått*. Centralmättet “visar var variabelns tyngdpunkt ligger - den punkt som de flesta svaren ligger i närheten av” (Eliasson 2018, s. 65). Ett spridningsmått “visar hur utspridda svaren är i förhållande till centralmättet” (Eliasson 2018, s. 65). I denna studie presenteras centralmättet med hjälp av *medianen*, ett värde som delar in svaren i två lika stora grupper. Spridningsmättet visas med hjälp av *kvartiler*, ett mått som delar svaren i fyra lika stora grupper procentuellt och visar fördelningen av svaren. Kvartiler består således av följande grupper: 0%-25%, 25%-50%, 50%-75% och 75%-100% (Eliasson 2018, s. 66–68).

Subkategorin hedonism behövde omkodas i SPSS då den inte stämde överens med andra kategorier i likertskalan. Påståendena i fråga sex, sju och åtta (se tabell 3, 4 och 5) var formulerade på ett sätt som representerade autenticiteten med svar *stämmer inte alls = 1* och *stämmer helt = 5*, medan fråga nio (se tabell 6) formulerades på ett sätt som mätte autenticiteten snarare än hedonismen. Detta åtgärdades i SPSS med hjälp av *Transform*-funktionen där dessa svar omvandlades från 5→1, 4→2, 3→3, 2→4 och 1→5.

### 2.3.2 Kvalitativ data

Enkätundersökningens öppna frågor innefattade kvalitativa data och dessa frågor var obligatoriska, vilket resulterade i 203 svar. Analysen utfördes med hjälp av *kodning* och *tematisering* (Hjerm, Lindgren & Nilsson 2014, s. 21, 34).

Hjerm et al. (2014, s. 54–56) skriver om *rad-för-rad kodning* och menar att detta tillvägagångssätt innebär en noggrann genomgång av data där forskaren går igenom materialet radvis för att inte missa viktiga detaljer. Rad-för-rad kodningen utfördes med hjälp av nyckelord (koder) som upptäcktes då författarna gick igenom samtliga svar och antecknade viktiga ord samt begrepp. Den första öppna frågan “Vad såg du mest fram emot innan resan?” resulterade i koder som: *se naturen, njuta av semester, upplev nya kulturer* etcetera. Den andra öppna frågan “Vad var det mest autentiska med resan, vad minns du mest?” gav nyckelord som: *träffa nya människor, vacker natur, äventyrliga aktiviteter, nya upplevelser* etcetera.

Nästa steg i analysprocessen var tematisering av data, vilket innebär att sortera och strukturera huvudmönster som uppkom från den tidigare kodningsprocessen (Hjerm et al. 2014, s. 63–65). Olika teman skapades utifrån nyckelorden genom ett uppräknande av dessa koder. Liknande

nyckelord identifierades och sammanfogades till ett tema. Exempel på ett tema som skapades utifrån nyckelorden i den öppna frågan “Vad såg du mest fram emot innan resan?” är *personlig utveckling*. I detta tema samlades nyckelord som: *få nya erfarenheter, klara mig på egen hand, lära mig mer om mig själv*.

## 2.4 Etik

I syfte att säkra sig om deltagarnas välmående och säkerhet kan fyra forskningsetiska principer tillämpas. Dessa är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet.

Informationskravet innebär att forskaren som utför undersökningen informerar om studiens syfte, deltagarnas roll och diverse villkor, till exempel att deltagandet är frivilligt och möjligheten till avbrott alltid är tillgänglig (Vetenskapsrådet 2002, s. 7). Enkätundersökningen uppladdades i en Facebookgrupp och i detta inlägg inkluderades ett informationsbrev som är utformat enligt Södertörn högskolas mall gällande GDPR lagen (se bilaga 2).

Samtyckeskravet innebär att forskaren behöver inhämta ett samtycke från deltagarna, exempelvis om forskaren tycker att det är nödvändigt att använda deltagarnas uppgifter i studien, det kan vara data som namn och personnummer. Om den intervjuade är minderårig, behöver samtycket inhämtas både från deltagaren och vårdnadshavaren (Vetenskapsrådet 2002, s. 9). Ett digitalt samtycke inkluderades direkt i frågeformuläret enligt Södertörns högskolas mall (se bilaga 1) och samtliga respondenter är minst 18 år.

Konfidentialitetskravet har betoning på sekretess där det primära fokuset ligger på att förvara personuppgifter på ett säkert sätt för att skydda deltagarnas integritet och “neka tillträde” så att obehöriga inte får tillgång till potentiellt känsliga data. Forskaren har en viktig uppgift att ta beslut gällande uppgifter som publiceras i undersökningen. Om variabler som kön eller ålder är irrelevanta för studiens syfte kan det vara en bra idé att skippa dessa helt och hållet för att uppfylla konfidentialitetskravet (Vetenskapsrådet 2002, s. 12). Samtliga respondenter är anonyma, även för författarna som skriver studien. All data är insamlad enligt Södertörn högskolas riktlinjer gällande GDPR lagen och förvaras på ett säkert sätt. Känsliga data som namn, personnummer och adress inhämtades inte då det inte fanns något syfte för dessa uppgifter i förhållande till studiens frågeställningar.

Nyttjandekravet innebär att all data från deltagaren hanteras på ett professionellt sätt av forskaren. Personuppgifter ska enbart användas för forskningsändamål. De insamlade uppgifterna skall exempelvis inte brukas för ett kommersiellt eller privat syfte (Vetenskapsrådet 2002, s. 14). Insamlade data nyttjas endast för syftet som nämns i inledningen i denna studie. Efter betygsättningen kommer samtliga data att raderas för att säkerställa att data inte missbrukas på något olämpligt sätt.

## 2.5 Metodkritik

Enligt Eliasson (2018, s. 29) finns det ett flertal nackdelar med enkätundersökningar, till exempel att frågeformulär vanligen får färre svar än exempelvis intervjuer samt att frågorna kan missförstås. Enkätundersökningen som användes i denna studie är digital, vilket innebär att den mänskliga kontakten saknas när respondenter besvarar frågorna. Detta kan leda till ett minskat engagemang bland deltagarna och förhastade svar. Öppna frågor formulerades med syftet att komplettera den kvantitativa metoden som mäter på bredden. Mer kvalitativa data i form av exempelvis semi-strukturerade intervjuer hade tillhandahållit mer djupgående information. Enligt Bryman (2018, s. 209) innebär *validitet* att metoden mäter det som den är avsedd att mäta. I denna studie är syftet exempelvis att mäta autenticitet med hjälp av en likertskala. *Reliabilitet* undersöker om metoden är pålitlig och huruvida resultatet skulle bli detsamma vid en upprepning av studien (Bryman 2018, s. 207).

Bryman (2018, s. 208) skriver att *intern reliabilitet* mäter indikatorer som utgör en skala. I denna studie är likertskalan uppbyggd av påståenden som är avsedda att mäta autenticitet samt hedonism. Bryman (2018, s. 209) skriver vidare att den interna reliabiliteten kan mätas med hjälp av testet *Cronbachs alfa*. Testet beskrivs som vanligt förekommande och att Cronbachs alfa beräknar “genomsnittet av alla tänkbara reliabilitetskoefficienter [...], det vill säga att man slumpmässigt delar frågorna i två grupper som sedan jämförs med varandra” (Bryman 2018, s. 209). Testet producerar ett resultat mellan 0 - 1 och detta kallas för alfa-koefficient där 0 motsvarar ingen intern reliabilitet och 1 motsvarar perfekt intern reliabilitet. Det finns flera acceptabla nivåer för alfa-koefficienten, där 0,6 beskrivs som ett minimum och 0,95 tyder på hög intern reliabilitet.

Tabell 1. Intern reliabilitet

Subgrupper	Cronbachs alfa
Objektivistisk samt konstruktivistisk autenticitet	0,475
Existentiell autenticitet (intra-personal)	0,563
Existentiell autenticitet (inter-personal)	0,407
Hedonism	0,314
<b>Total</b>	<b>0,485</b>

Tabell 1: Resultat för Cronbachs alfa

I tabell 1 presenteras alfa-koefficienter till hedonism och samtliga kategorier av autenticitet. Objektivistisk samt konstruktivistisk autenticitet innehöll sex påståenden och resulterade i värdet 0,475. Testet visade att alfa-koefficienten kunde ha höjts till 0,479 om påståendet *det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöt av naturliga/orörda landskap* hade tagits bort från frågeformuläret. Kategorin existentiell autenticitet (intra-personal) fick värdet 0,563, vilket är det högsta bland dessa subgrupper. Borttagning av kategorins påståenden hade inte höjt alfa-koefficienten över 0,563. Existentiell autenticitet (inter-personal) genererade alfa-koefficienten 0,407 och även i denna kategori kunde inte borttagning av påståenden höja alfavärdet.

Subgruppen hedonism hade ett alfavärde på 0,314 och borttagning av påståendet *jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma (alkohol, tobak, weed, osv)* hade höjt alfa till 0,553. Det totala alfavärdet för alla påståenden är 0,485 och denna siffra kunde höjas till 0,514 om påståendet *jag tog ett socialt ansvar under min vistelse (t.ex. tog hänsyn till lokalbefolkningen och deras kultur samt religion)* hade tagits bort.

Dessa alfa-koefficienter hamnar under det gränsvärdet som anses vara acceptabelt, det säga någonstans mellan 0,6 och 0,7. Det finns däremot en del kritik som riktas mot Cronbachs alfa. En del studier (Agbo 2010; Bonett & Wright 2015; Vaske, Beaman & Sponarski 2017) tyder på att Cronbachs alfa är endimensionell och i denna uppsats är studieobjektet snarare abstrakt och multidimensionellt. Endimensionell mätning skulle således kunna vara vikt eller längd, något som skiljer sig från autenticitet och dess aspekter. I litteraturen nämns även att antalet påståenden i en skala påverkar testet oproportionellt samt vanligen ökar alfavärdet. Forskarna rekommenderar således att komplettera Cronbachs alfa eller använda andra tester som *faktoranalys*. Bryman (2018, s. 221) skriver att faktoranalys är ett test där påståenden och indikatorer undersöks för att identifiera om dessa bildar en struktur. En faktoranalys tillämpas ofta i samband med enkätundersökningar som innehåller en likertskala då forskaren försöker ta reda på om påståenden i likertskalan undersöker den dimension av företeelsen som forskaren försöker att undersöka. En faktoranalys hade således varit ett lämpligt komplement till Cronbachs alfa för att omarbete likertskalans påståenden och höja studiens validitet samt reliabilitet.

Variablerna kön, ålder och vistelsetid analyseras inte i denna studie men exkluderas samtidigt inte då dessa variabler ger en överblick för respondenternas bakgrund.

## 3. Tidigare forskning och teori

### 3.1 Backpacking och autenticitet

Studier som kopplar backpacking till autenticitet indikerar att den autentiska upplevelsen är ett av de främsta motiven till vad en backpacker förväntas uppleva och strävar efter under sin resa. Cohen (2003) är en väletablerad forskare som har genomfört flera studier om autenticitet samt backpacking. När Cohen (2003) först började forska om backpacking kallade han backpackers för drifters, vilket i hans mening beskrev de unga individerna som på 1960–70-talet reste i stora grupper utan resplan eller restriktioner. Dessa drifters som utmärktes av unga, fria själar representerade, enligt Cohen (2003), en sällsynt sorts turister då dessa sökte efter det experimentella och existentiella med strävan efter att uppleva det autentiska till varje pris, till skillnad från de andra turisterna och dagens backpackers. Cohen (2003) menar att drifters som reser utan något väldefinierat syfte, tidsenlig resplan eller förvalda destinationer har en större chans att få en spontan och unik upplevelse. Drifters kategoriserades även efter två beskrivningar: den inåtriktade som endast umgicks inom gruppen med andra drifters samt den utåtriktade som strävade efter interaktion och samvaro med lokalbefolkningen (Cohen 2003).

En backpacker är ett begrepp som med tiden har kommit att ersätta driftern som ett resultat av forskning och samhällseliga förändringar enligt Cohen (2003). Backpackers är dessvärre inte lika benägna att erfara det autentiska enligt forskaren, som menar att de olika förändringarna som har skett inom turism de senaste 30 åren, är ett resultat av postmodernistiska trender som har vuxit sig stora i västvärldssamhället. Enligt Cohen (2003), Westerhausen och Macbeth (2003) har postmodernismen samt homogeniseringen av destinationer medfört en ny syn på turism där det originella, orörda eller autentiska påstås vara bortom vårt räckhåll, vilket har banat väg för den lättsamma och hedonistiska njutningen som återspeglas allt mer i beteendet hos dagens backpackers. Cohen (2003) menar att backpackers, trots att de inte skulle vilja medge det, mer och mer tar efter det beteende som karaktäriserar den typiska massturisten. Trots att backpackern helst vill separeras från massturisten och gå sin egna individuella väg, tar denne efter tidigare backpackers i såväl val av destination som de aktiviteter som utförs i sällskap av andra backpackers (Cohen 2003). Forskaren skriver vidare att backpackers beteende och upplevelser varierar utifrån destinationens karaktär. Forskaren skriver vidare att rurala platser erbjuder en annorlunda natur samt upplevelser som är mer autentiska, till skillnad från urbana miljöer där backpackers vanligen har ett mer hedonistiskt beteende på grund av det turistiska utbudet som finns på plats.

Paris et al. (2014) utförde en studie som jämför australiensare samt asiater och dess kulturella normer inom backpacking. Studien visar att det förekommer skiljaktigheter gällande sex, drickande, festande samt de sociodemografiska aspekterna som kön och ålder. Däremot har dessa nationaliteter en gemensam uppfattning kring socialisering med andra backpackers och lokalbefolkningen. Studien visar att majoriteten av respondenterna anser att socialisera med och hjälpa andra backpackers är betydligt viktigare än att socialisera med lokalbefolkningen.



Loker-Murphy (1997) redogör i sin studie för backpackers tre viktigaste resemotiv och dessa var: att träffa lokalbefolkningen, sökande efter underhållning och upplevelser/äventyr samt förbättra sina kunskaper om historia och kultur. I en studie av Murphy (2001) var de fyra mest väsentliga resemotiven istället: det är billigt, vara social och träffa andra människor samt få autentiska erfarenheter. Shaffer (2004) och O'Reilly (2006) menar att det finns en strävan hos backpackers efter det autentiska genom att befinna sig på unika platser, få en djupare förståelse om sig själva, uppleva det exotiska samt leva som lokalbefolkningen. Shaffer (2004) skriver att backpackern vanligtvis väljer att bo på hostels då dessa är billigare än hotell och eftersom att backpackern reser under långa perioder, dessutom är det ett sätt att träffa nya människor då man ofta delar rum med flera backpackers. Shaffer (2004) skriver även att backpacking ofta fungerar som en slags ceremoni till vuxenlivet för unga individer samt att dessa ceremonier är unika från person till person.

### 3.2 Autenticitet inom turism

MacCannell (1973), en etablerad och erkänd forskare inom turism och autenticitet, återberättar en turists erfarenheter kring fenomenet där turistens definition av autenticitet visade sig vara en liten och orörd stad i Spanien utan attraktioner eller kommersiella turistiska produkter. En intressant aspekt av fenomenet som forskaren tar upp är iscensatt autenticitet. MacCannell (1973) demonstrerar detta genom att referera till *front-* och *backstage*. Till exempel kan en upplevelse eller en attraktion variera beroende på om det finns en publik eller inte. Den turistiska miljön som resenären besöker anpassas för turisterna och på så sätt övertygar denne att objektet är autentiskt. Turister strävar ofta att ta sig till backstage då detta vanligen associeras med objektets autenticitet.

It is found that tourists try to enter back regions of the places they visit because these regions are associated with intimacy of relations and authenticity of experiences. [...] Touristic consciousness is motivated by its desire for authentic experiences, and the tourist may believe that he is moving in this direction, but often it is very difficult to tell for sure if the experience is authentic in fact. It is always possible that what is taken to be entry into a back region is really entry into a front region that has been totally set up in advance for touristic visitation.

(MacCannell 1973, s. 589, 597)

MacCannell (1976, s. 10) diskuterar vidare fenomenet autenticitet och hävdar att alla turister, i någon grad, vill vara socialt och kulturellt involverade när de reser. Turister söker det autentiska och vill undvika kommersiell turism, andra turister och även glömma det faktum att de själva är turister. Detta ifrågasätts av Schudson (1979) som delvis håller med MacCannell, men samtidigt skriver att det finns en del turister som är obrydda gällande det autentiska. Dessa turister reser till en destination där de vill se en meny med mat som de känner igen och där musiken som spelas i högtalarna är densamma som i hemlandet (Schudson 1979). Ett exempel på detta kan vara turister som reser för klimatet, till exempel svenskar som reser till Thailand.

Det framkommer att autenticitet är ett fenomen som leder till meningsskiljaktigheter där forskare antingen ställer sig mer kritiska till nyttjandet av begreppet, eller positiva. Cohen

(1984) skriver att MacCannell har bidragit till forskningen och haft en betydande roll gällande autenticitet inom turism. Cohen (1984) kritiserar dock MacCannells synsätt, liksom Schudson (1979), och menar att turisterna har olika resemotiv. Reisinger och Steiner (2006) kritiserar begreppet och menar att autenticitet snarare bidrar till mer förvirring än nytta på grund av dess abstrakta karaktär.

Wang (1999) ansåg att det fanns ett behov att fördjupa sig i begreppet autenticitet dess definition samt möjliga underkategorier, med förhoppning att bidra till en djupare förståelse för fenomenet. Forskaren analyserar och bryter ner autenticitet i kategorierna konstruktivism (symbolisk äkthet som är social konstruerad av människan), objektivism (experter mäter ett objekts äkthet) samt föreslår en ny aspekt som kallas för existentiell autenticitet. Vid tidpunkten då Wang (1999) presenterade den existentiella autenticiteten som ett komplement till tidigare kategorier, öppnade detta upp för nya diskussioner inom ämnet autenticitet. Hyounggon och Tazim (2007) stödjer Wangs (1999) teori om den existentiella autenticiteten genom att utföra en empirisk studie som undersöker existentiell autenticitet hos besökare i en renässansfestival i USA. Brown (2013) skriver att existentiell autenticitet visserligen är någonting som kan uppnås av turister men forskaren menar även att människan kan vara nöjd med sig själv och sitt liv utan att känna ett behov av förändring. Kirillova och Lehto (2015) föreslår en teoretisk modell som representerar de stadier som turisterna genomgår under en resa. Modellen tar upp existentiell autenticitet samt ångest där dessa verkar som motpoler till varandra. Forskarna skriver att den existentiella autenticiteten är dynamisk, multidimensionell och växlande där typen av resa samt turistens personliga egenskaper påverkar upplevelsorna på plats. Kirillova och Lehto (2015) menar att turisterna i vissa fall uppnår ett mindre existentiellt tillstånd och i andra fall genomgår förändringar som är livsomvälvande.

### 3.3 Objektrelaterad och existentiell autenticitet

Utifrån den existerande forskningen kategoriserade Wang (1999) fenomenet i två perspektiv (objektivistiskt och konstruktivistiskt) samt presenterade ytterligare ett alternativ då de två förstnämnda omfattade en begränsad del av autenticiteten inom turism. Tavlan på Mona Lisa som hänger i Louvren är av objektivistisk äkthet. En gammal tradition som till exempel midsommar tillhör den konstruktivistiska synen. Existentiell autenticitet refererar till ett tillstånd som triggas av aktiviteter där turisterna känner sig fria från det vardagliga livet och dess åtaganden. Wang (1999) menar att själva upplevelsen kan vara autentisk även om aktiviteten i sig är iscensatt. Wangs (1999) definitioner av autenticitet presenteras nedan (se figur 1).

Object-Related Authenticity in Tourism	Activity-Related Authenticity in Tourism
Objective authenticity refers to the authenticity of originals. Correspondingly, authentic experiences in tourism are equated to an epistemological experience (i.e., cognition) of the authenticity of originals.	Existential authenticity refers to a potential existential state of Being that is to be activated by tourist activities. Correspondingly, authentic experiences in tourism are to achieve this activated existential state of Being within the liminal process of tourism. Existential authenticity can have nothing to do with the authenticity of toured objects.
Constructive authenticity refers to the authenticity projected onto toured objects by tourists or tourism producers in terms of their imagery, expectations, preferences, beliefs, powers, etc. There are various versions of authenticities regarding the same objects. Correspondingly, authentic experiences in tourism and the authenticity of toured objects are constitutive of one another. In this sense, the authenticity of toured objects is in fact symbolic authenticity.	

Figur 1: Två subkategorier av autenticitet (Wang 1999)

### 3.3.1 Objektivistisk autenticitet

Den objektivistiska autenticiteten innebär att objekt måste uppfylla vissa kriterier som mäter äktheten. Inte förrän då tas ett beslut ifall ett objekt får definieras som autentiskt eller inte. Objektivistisk autenticitet presenteras således till övervägande del i olika musei- och utställningssammanhang. Detta innebär att turisternas uppfattning inte är väsentlig i sammanhanget då diverse objekt fastställs som autentiska utifrån experternas bedömning (Wang 1999).

### 3.3.2 Konstruktivistisk autenticitet

Wang (1999) beskriver konstruktivistisk autenticitet som en inriktning som utgörs av en symbolisk äkthet vilket är socialt konstruerat av människan. Den konstruktivistiska autenticiteten skapas således utifrån olika synvinklar och övertygelser samt är relativ och förhandlingsbar gällande det autentiska. Turistiska turer upplevs således inte som autentiska för att dessa definieras som originella eller verkliga, snarare för att dessa representerar ett symboliskt värde. Den konstruktivistiska autenticiteten bygger till största del på människans uppfattning om olika stereotypiska bilder som presenteras inom turismsektorn (Wang 1999).

### 3.3.3 Existentiell autenticitet

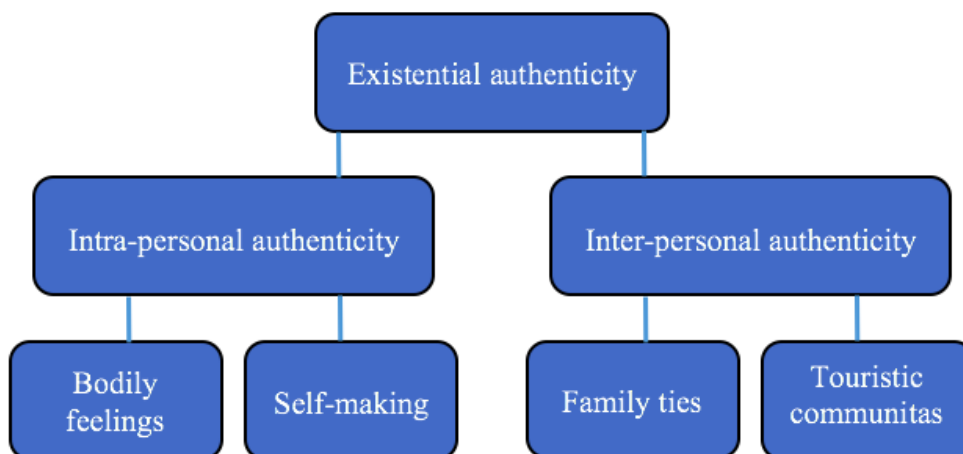
Wang (1999) presenterar en syn på autenticitet som, till skillnad från det objektivistiska och konstruktivistiska perspektivet, snarare handlar om turistens tillstånd där hen är sann mot sig själv.

In common sense terms, existential authenticity denotes a special state of Being in which one is true to oneself, and acts as a counterdose to the loss of “true self” in public roles and public spheres in modern Western society.

(Wang 1999, s. 358)

Det betydelsefulla, enligt Wangs (1999) definition, är individens uppfattning om sig själv med kopplingar till identitet, självförverkligande och självutveckling. Existentiell autenticitet är således ett emotionellt tillstånd som triggas av aktiviteter som är utöver det vardagliga. Detta sker i samband med exempelvis en resa utomlands där turisten flyr vardagens begränsningar och problem, till en plats där hen kan känna sig fri och obunden. I ett existentiellt tillstånd, spelar den objektivistiska och konstruktivistiska autenticiteten mindre roll. Med andra ord kan en turist ta del av en aktivitet som är iscensatt där turisten är medveten om det och fortfarande uppnå det så kallade existentiella autenticitet-tillståndet, då känslorna som individen upplever är det centrala i sammanhanget, vare sig aktiviteten är iscensatt eller ej (Wang 1999; Reisinger & Steiner 2006).

Den existentiella autenticiteten delas i två dimensioner, *intra-personal* och *inter-personal* (se figur 2). Intra-personal är kopplad till själva individen och innehåller följande två dimensioner: *bodily feelings* och *self-making*. Inter-personal består av *family ties* samt *touristic communitas* och har att göra med andra individer och grupper av människor som hjälper turisten att förverkliga sig själv samt uppnå en känsla av autenticitet (Wang 1999).



Figur 2: Existentiell autenticitet och dess dimensioner (egen tolkning)

**Intra-personal autenticitet, bodily feelings (kroppskänslor):** När en turist känner sig fri från de vardagliga förpliktelserna, fungerar kroppen som ett kärl för njutning. Vanliga aspekter av turism är exempelvis massage, sensuell njutning, underhållning, spontanitet och olika typer av rekreation. Dessa aspekter gör att turisten når existentiell autenticitet och kan slappna av samt

känna sig fri eftersom det inte finns några begränsningar och turisterna kan strukturera sina dagar som hen vill (Wang 1999). Forskaren nämner även att kroppen kan fungera som en symbol och återspegla individens personlighet samt identitet. Detta kan exempelvis representeras genom attribut som kläder, frisyren, en solbränd eller vältränad kropp. Någon som har en vältränad kropp symboliserar exempelvis en hälsosam individ.

**Intra-personal autenticitet, self-making (självförverkligande):** Denna dimension fokuserar, till skillnad från kroppskänslor, på den mentala aspekten genom personlig utveckling. Detta innebär att en person som är bunden till sitt monotona och rutinmässiga liv inte lever ut sin egna identitet. Självförverkligande uppnås när individen utför aktiviteter som presenterar utmaningar och avviker från det vardagliga. Bestigande av berg är exempelvis en aktivitet och utmaning som de flesta människorna inte utför varje dag och åstadkommandet av en sådan utmaning, leder till självutveckling (Wang 1999).

**Inter-personal autenticitet, family ties (familjeband):** Wang (1999) skriver att turister kommer närmre varandra och utvecklar starkare relationsband när de reser tillsammans. Forskaren menar att den nära relationen är en förutsättning för att de ska känna sig bekväma och fria i varandras umgänge, vilket gör det lättare att uppleva det autentiska.

**Inter-personal autenticitet, touristic communitas (turistiska communitas):** Turism kan fungera som ett medium där människor med olika bakgrunder träffas och interagerar med varandra. I denna kontext innebär turistiska communitas en frånvaro av hierarki och struktur, där turisterna är likvärdiga oavsett deras socioekonomiska bakgrund vilket i sin tur leder till att turister bygger bekantskap med varandra och formar grupper som de sedan delar erfarenheter och upplevelser med på destinationen (Wang 1999).

### 3.4 Hedonism och välmående inom turism

En viktig aspekt av turism är välmående, dock finns det olika synsätt på hur detta uppnås. Ong (2009, s. 34–37) skiljer på två typer av välmående, dessa är *hedonistiskt* och *eudaimoniskt* välmående. Det hedonistiska välmåendet karaktäriseras och förknippas med en egoistisk samt ytlig strävan efter njutning, till exempel shopping, sex, droger och festande (Shepherd 2015; Hyounggon & Tazim 2007; Cohen 2003; Jansson 2002). Jansson (2002) skiljer på *realistisk* hedonism och *imaginär* hedonism där det förstnämnda beskriver en resenär som väljer att få samma njutbara upplevelse genom att utföra samma aktiviteter. Inom den imaginära hedonismen strävar turisterna ständigt efter att få nya njutbara upplevelser.

Eudaimoniskt välmående, till skillnad från hedonistiskt, har ett större fokus på självständighet, personlig utveckling och meningsfulla handlingar (Kirillova & Lehto 2015). Det finns således hedonistiska (kroppskänslor) och eudaimoniska (självförverkligande) aspekter inom existentiell autenticitet. Oliver och Bartsch (2011) samt Knobloch, Roberston och Aitken (2016) skriver att det eudaimoniska välmåendet, till skillnad från det hedonistiska, kan innebära att utövaren upplever blandade känslor vid tidpunkten då aktiviteten utförs, men att den positiva effekten uppstår en tid därefter. Hyounggon och Tazim (2007) undersökte en festival och

upptäckte att existentiell autenticitet och hedonistiska aktiviteter är sammanlänkade och kom till slutsatsen att den existentiella autenticiteten är mer meningsfull än hedonistisk. Canavan (2018) skriver att vissa backpackers är mer villiga att involveras i det lokala då de söker efter någonting mer meningsfullt och utmanande. Forskaren menar således att backpackers beteende ofta är kopplat till deras resemotiv.

Diken och Laustsen (2004) skriver att turister flyr till varma länder för att göra sig fria från vardagliga måsten genom hedonistiska handlingar som innefattar sex, alkoholkonsumtion och andra droger. Enligt Malone, McCabe och Smith (2014) samt Canavan (2018) kan strävan efter den hedonistiska njutningen i vissa fall värderas högre än de moraliska förpliktelserna och resultera i negativa sociala samt ekologiska konsekvenser.

## 4. Empiri

### 4.1 Enkätundersökningen

Enkätundersökningen utgör studiens datainsamling och består primärt av kvantitativa data. De fem första frågorna har i syfte att samla in respondenternas sociodemografiska bakgrund (se tabell 2). Totalt deltog 203 respondenter i studien där samtliga frågor var obligatoriska för att undvika bortfall.

Tabell 2. Respondenternas sociodemografiska bakgrund

	N	%
<b>Kön</b>		
Man	46	22,7
Kvinna	157	77,3
<b>Ålder när du backpackade</b>		
18–22	149	73,4
23–26	34	16,7
27–30	12	5,9
31–40	6	3,0
41+	2	1,0
<b>Vistelsetid i månader</b>		
1–2	60	29,6
3–5	131	64,5
6–8	10	4,9
9–12	2	1,0
12+	0	0
<b>Reseform</b>		
Ensam	20	9,9
Åkte ensam, reste runt med andra	26	12,8
Med vänner	127	62,6
Med partner	28	13,8
Med familj	2	1,0
<b>Bokningstyp</b>		
Jag planerade allting själv (eller med den jag reste med) och valde destinationerna spontant	187	92,1
Färdigpaketerad rutt	2	1,0
Kombination av ovanstående	14	6,9
<b>Total</b>	203	100

Tabell 2: Respondenternas sociodemografiska bakgrund

Enkätundersökningens respondenter bestod av 46 män (22,7%) och 157 kvinnor (77,3%). Majoriteten av dessa backpackers (149 stycken, 73,4%) var mellan 18–22 år gamla. Respondenterna backpackade i Sydostasien mellan 1–5 månader (94,1%), resterande 5,9% fördelas på deltagare som backpackade mellan 6–12 månader. Ingen av deltagarna hade backpackat mer än 12 månader under en sammanhängande period av tid. Mer än hälften

(62,6%) backpackade med vänner, följt av respondenter som reste med sin respektive (13,8%). Den sista och femte frågan hade avsikt att undersöka sättet som respondenterna valde sina resor på, där 92,1% planerade allting själva eller med sin reskamrat samt reste spontant, 1% hade köpt färdigpaketerade rutter och 6,9% valde en kombination av ovanstående.

#### 4.1.1 Resultat av enkätundersökningens påståenden

De fyra tabellerna (tabell 3, 4, 5, 6) nedan visar en sammanställning av de 203 svar som erhöles av respondenterna i denna studie. Varje enskild tabell representerar olika aspekter av autenticitet där man kan utläsa medianen samt kvartilerna. Respondenternas svar listas med siffrorna ett till fem, där ett representerar “stämmer inte alls” och fem representerar “stämmer helt”.

Tabell 3. Objektrelaterad autenticitet

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag kunde uppleva den lokala kulturen, seder och traditioner	203	4	4	4	5
Jag kände en koppling till platsernas historia	203	4	3	4	4
Destinationernas arkitektur och design inspirerade mig	203	4	2	4	5
Det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöts av naturliga/orörda landskap	203	2	2	2	4
De museum som jag besökte och upplevde, var en viktig del av resan	203	3	2	3	4
Under min resa, kände jag att jag hellre skulle vilja leva som lokalbefolkningen	203	1	1	1	2

Tabell 3: Resultatet för objektrelaterad autenticitet

Tabell 3 redogör för den konstruktivistiska och objektivistiska aspekten av autenticitet. De första tre påståendena hamnar medianen på 4 där påståendena *jag kunde uppleva den lokala kulturen, seder och traditioner* samt *jag kände koppling till platsernas historia* har en mindre spridning än påståendet *destinationens arkitektur och design inspirerade mig*. I de resterande tre påståendena är medianvärdet 2, 3 och 1 med ett större spridningsmått för *det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöts av naturliga/orörda landskap* samt *de museum jag besökte och upplevde, var en viktig del av resan*, medan det sista påståendet har ett mindre spridningsmått.



Tabell 4. Existentiell autenticitet (intra-personal)

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag hade mer sex än jag brukade ha hemma	203	1	1	1	2
Jag kände att jag kunde fly från mitt vardagliga liv och vara mig själv/ göra det jag ville	203	5	4	5	5
Jag upplevde att resan var unik och spirituell	203	4	2	4	5
Jag gjorde äventyrliga aktiviteter utanför min bekvämlighetszon	203	4	4	4	5
Jag kände att min kropp och mitt utseende återspeglade min identitet (kroppensform, kläder, frisyr osv.)	203	4	2	4	4

Tabell 4: Resultat för existentiell autenticitet (intra-personal)

Tabell 4 redogör för den existentiella aspekten av autenticitet med fokus på dimensionen intra-personal. Påståendet *jag hade mer sex än jag brukade ha hemma* har medianen 1 vilket skiljer sig från påståendet *jag kände att jag kunde fly från mitt vardagliga liv och vara mig själv/göra det jag ville* som har medianen 5. Däremot har båda påståenden en mindre spridning. De sista tre påståendena har medianvärdet 4, dock har *jag upplevde att resan var unik och spirituell* samt *jag kände att min kropp och mitt utseende återspeglade min identitet* en större spridning än *jag gjorde äventyrliga aktiviteter utanför min bekvämlighetszon*.

Tabell 5. Existentiell autenticitet (inter-personal)

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag kände att relationen med de jag reste med blev starkare och jag kunde vara mig själv bland dem	203	5	4	5	5
Jag var mer social och kommunicerade lättare med andra backpackers och lokalbefolkningen	203	4	4	4	5
Jag föredrog att uppleva sevärdheter med andra människor, snarare än ensam	203	5	4	5	5

Tabell 5: Resultat för existentiell autenticitet (inter-personal)

Tabell 5 redogör för den existentiella aspekten av autenticiteten med fokus på inter-personal. Påståendet *jag kände att relationen med de jag reste med blev starkare och att jag kunde vara mig själv bland dem* samt *jag föredrog att uppleva sevärdheter med andra människor, snarare än ensam* har medianvärdet 5 medan *jag var mer social och kommunicerade lättare med andra backpackers och lokalbefolkningen* resulterar i medianen 4. Dessa tre påståenden har en mindre spridning i kvartilerna.

Tabell 6. Hedonism

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma (alkohol, tobak, weed, osv)	203	2	1	2	4
Jag tog ett ekologiskt ansvar under min vistelse (T.ex. ta hand om miljön genom att inte skräpa ner)	203	5	4	5	5
Jag tog ett socialt ansvar under min vistelse (T.ex. tog hänsyn till lokalbefolkningen och deras kultur samt religion)	203	5	4	5	5

Tabell 6: Resultat för hedonism

Tabell 6 redogör för den hedonistiska aspekten. Påståendena *jag tog ett ekologiskt ansvar under min vistelse* samt *jag tog ett socialt ansvar under min vistelse* har båda medianen 5 och en mindre spridning. Påståendet *jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma* resulterade i medianvärdet 2 med större spridningsvärden.

#### 4.1.2 Sammanställning av enkät

Tabell 7. Sammanställning

Subgrupper	Median	Kvartiler		
		25	50	75
Objektivistisk samt konstruktivistisk autenticitet	3,55	2,58	3,55	4,10
Existentiell autenticitet (intra-personal)	3,85	2,54	3,85	4,66
Existentiell autenticitet (inter-personal)	4,49	3,70	4,49	4,74
Hedonism	1,54	1,24	1,54	2,38

Tabell 7: Sammanställning av enkätundersökningens subkategorier

Tabell 7 redogör för den sammanlagda medianen och kvartilerna för respektive subkategori inom autenticitet samt hedonism utifrån de 203 deltagarna som hade backpackat i Sydostasien. Den objektivistiska och konstruktivistiska autenticitetens sammanlagda medianvärde är 3,55. Denna subkategori har kvartilerna 2,58 - 3,55 - 4,10, vilket utgör den näst största spridningen i förhållande till övriga subkategorier.

Det sammanlagda medianvärdet för den existentiella autenticiteten med fokus på intra-personal är 3,85 och utgör det näst högsta medianvärdet i förhållande till övriga kategorier. Denna subkategori har störst spridning i förhållande till övriga subkategorier med kvartilerna 2,54 - 3,85 - 4,66.

Det sammanlagda medianvärdet för subkategorin existentiell autenticitet med fokus på interpersonell har medianvärdet 4,49, vilket representerar det högsta medianvärdet i tabellen. Denna kategori har även den lägsta spridningen i tabellen med kvartilerna 3,70 - 4,49 - 4,74.

Det sammanlagda medianvärdet för subkategorin hedonism är 1,54 och detta representerar tabellens lägsta medianvärde. Spridningen för denna kategori (1,24 - 1,54 - 2,38) var något högre än den sistnämnda subkategorin. Median- och kvartilvärdena för hedonism är ett resultat av omkodningen av de ursprungliga värdena enligt beskrivningen i metodavsnittet 2.3.1.

#### 4.1.3 Enkätundersökningens öppna frågor

Enkätundersökningen utformades på ett sätt där den kvantitativa data fick kompletteras av kvalitativa data i form av två öppna frågor. Ett fåtal svar var ofullständiga och gick inte att tolka. Nedan kommer de vanligast förekommande svaren som gick att utläsa i enkätundersökningen där flera av dessa beskrev liknande eller samma saker. Utifrån dessa svar skapades tre olika teman gällande respondenternas förhoppningar inför backpacking-resan samt tre teman som beskriver vad respondenterna upplevde som mest autentiskt efter resan.

Den första frågan som ställdes var: *vad såg du mest fram emot innan resan?* där flest respondenter har svarat att de såg fram emot att se och uppleva nya platser, fly vardagen och uppleva naturen. Två av respondenterna skrev "Se världen och vart den skulle ta oss. Spontan resa, så hade inte så många idéer om vad som skulle hända" (anonym respondent) samt "Att resa och uppleva nya platser och kulturer" (anonym respondent). I det andra temat hade respondenter svarat att de såg fram emot att uppleva nya kulturer samt testa annorlunda mat, vilket även framgår av en respondent som skrev: "Att uppleva nya kulturer, förstå hur lokalbefolkningen levde och se fantastiska saker" (anonym respondent). Det tredje temat utgörs av svar som betonar personlig utveckling av olika slag. Bland dessa svar skrev respondenterna att de framför allt ville få nya erfarenheter, kunna klara sig på egen hand samt lära sig mer om sig själva, till exempel: "Att få utvidga mina vyer genom nya erfarenheter" (anonym respondent). En annan respondent skrev "Se och lära mig om nya kulturer, skaffa nya vänner och att lära mig om och utveckla mig själv som person" (anonym respondent).

För att ta reda på huruvida respondenternas förväntningar stämde överens med vad de upplevde efter resan och ifall det gick att se några tydliga skillnader, formulerades frågan *vad var det mest autentiska med resan, vad minns du mest?* Det första temat utgörs av svar där respondenterna skrev att det bästa med resan var att träffa samt umgås med nya och människor. Respondenterna skrev bland annat följande:

Människorna jag träffade, både locals men framförallt de andra backpackersarna som jag än idag har kontakt med och har besökt på olika platser i världen.

(anonym respondent)

Att jag träffade människor som jag fortfarande har kontakt med och att jag utsatte mig för saker som jag inte hade gjort hemma ex surfing.

(anonym respondent)

Att jag umgicks så mycket med olika människor, särskilt att få träffa lokalbefolkningen och se hur de levde. Var lite tufft att se men det gav verkligen ett perspektiv för hur vi lever här i Sverige och att man borde vara mer tacksam.

(anonym respondent)

Det andra temat innefattar aspekter som att uppleva nya platser samt den fantastiska naturen där respondenterna skrev: “Den natur och de vyer jag sett. Uppskattar de mer äventyrliga utflykter vi gjort väldigt mycket” (anonym respondent) samt “Kulturerna, naturupplevelserna, obeskrivliga vyer t.ex. turkosa vatten i Filippinerna” (anonym respondent). Det tredje temat består av svar som kunde kopplas till olika äventyrliga aktiviteter där respondenterna skrev liknande aktiviteter som de utförde, till exempel dykning, snorkling och ziplining. Respondenterna svarade bland annat: “Ziplining, eftersom det var utanför min bekvämlighetszon, men jag klarade det ändå och är glad att jag vågade” (anonym respondent) samt “Kawasan falls, Koh tao, Saigon, båtutflykter i Filippinerna, dyk, bad, snorkling” (anonym respondent).

## 5. Analys

### 5.1 Objekt-relaterad autenticitet

Tabell 8 redogör för den objektrelaterade autenticiteten och omfattar tre konstruktivistiska samt tre objektivistiska påståenden. Påståenden med blå markering symboliserar det konstruktivistiska synsättet och den gröna markeringen symboliserar det objektivistiska synsättet. Dessa synsätt utgör objektrelaterad autenticitet enligt Wangs (1999) definition.

Tabell 8. Objektrelaterad autenticitet

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag kunde uppleva den lokala kulturen, seder och traditioner	203	4	4	4	5
Jag kände en koppling till platsernas historia	203	4	3	4	4
Destinationernas arkitektur och design inspirerade mig	203	4	2	4	5
Det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöt av naturliga/orörda landskap	203	2	2	2	4
De museum som jag besökte och upplevde, var en viktig del av resan	203	3	2	3	4
Under min resa, kände jag att jag hellre skulle vilja leva som lokalbefolkningen	203	1	1	1	2

Tabell 8: Konstruktivistiska (blå - 1, 2, 6) och objektivistiska (grön - 3, 4, 5) påståenden

Det första konstruktivistiska påståendet *jag kunde uppleva den lokala kulturen, seder och traditioner* har medianen 4 med en mindre spridning som kan utläsas i tabellen. Även det andra påståendet *jag kände en koppling till platsens historia* har medianen 4 och en mindre spridning men med lägre kvartilvärden. Det tredje konstruktivistiska påståendet *under min resa kände jag att jag hellre skulle vilja leva som lokalbefolkningen* har det lägsta medianvärdet 1 med en mindre spridning på 1, 1 samt 2 i kvartilerna. MacCannell (1973; 1976, s. 10), Loker-Murphy (1997), Shaffer (2004) och O'Reilly (2006) skriver att backpackers vill förbättra sina kunskaper om en destinations historia och kultur, leva som lokalbefolkningen och på olika sätt vara socialt involverade. Tabell 8 visar att den lokala kulturen, seder och traditioner fick ett högt betyg av respondenterna och att dessa kände en koppling till destinationernas historia. Däremot var majoriteten av respondenterna negativt inställda till att leva som lokalbefolkningen. Cohen (2003) skriver att 70-talets backpackers (drifters) kategoriserades efter två beskrivningar. En av dessa beskrivningar redogör för en grupp av utåtriktade backpackers som strävar efter interaktion och samvaro med lokalbefolkningen. Cohen (2003) menar att sättet som backpackers reser på har förändrats och övergått till ett resande med hedonistiska inslag, vilket bekräftas i tabellens resultat där respondenterna antyder att den lokala kulturen är någonting

som de kunde uppleva. Däremot saknade respondenterna en strävan att leva som lokalbefolkningen.

Det första objektivistiska påståendet *destinationernas arkitektur och design inspirerade mig* har medianen 4 med en större spridning i kvartilerna: 2, 4 samt 5. Det andra påståendet *det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöts av naturliga/orörda landskap* har medianvärdet 2, vilket är det lägsta för det objektivistiska synsättet. Påståendet har en spridning i kvartilerna: 2, 2 samt 4. Det tredje och sista objektivistiska påståendet *de museum som jag besökte och upplevde, var en viktig del av resan* har medianvärdet 3 och spridningen 2, 3 samt 4 i kvartilerna. Medianvärdet 3 motsvarar *vet ej* enligt alternativen i frågeformuläret (se bilaga 1) och kan tolkas som att museum utgjorde en mindre del av respondenternas resa. Shaffer (2004), MacCannell (1973) och O'Reilly (2006) skriver att backpackers strävar efter unika och orörda platser. Påståendet *det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöts av naturliga samt orörda landskap* har värdet 2 i medianen och är lägst inom den objektivistiska autenticiteten, vilket innebär att respondenterna är obrydda huruvida miljön som omsluter världsarvet är orört eller om den har modifierats på grund av turismen. Cohen (2003) beskriver backpackern som en resenär med en vilja att gå sin egen väg och upptäcka unika platser men menar samtidigt att backpackern har kommit att bli allt mer lik massturisten i sitt resande som ett resultat av postmodernismen, vilket demonstreras med resultatet av detta påstående.

Det som kan utläsas enligt tabell 8 är att det konstruktivistiska perspektivet har det högsta samt lägsta medianvärdet och att det objektivistiska perspektivet har en större spridning än det konstruktivistiska, vilket innebär att respondenternas svar varierar i en större utsträckning. Påståendet *under min resa kände jag hellre skulle vilja leva som lokalbefolkningen* hade det lägsta medianvärdet och sänkte sammanlagda värdet för den konstruktivistiska autenticiteten, som i övriga påståenden hade ett högt medianvärde.

## 5.2 Existentiell autenticitet

### 5.2.1 Intra-personal

Tabell 9 innefattar påståenden som kan delas in i två kategorier: kroppskänslor (blå markering) samt självförverkligande (grön markering). Wang (1999) menar att existentiell autenticitet kan triggas av så kallade kroppskänslor, där individen når ett autentiskt tillstånd och den mänskliga kroppen fungerar som ett kärl för njutning. Självförverkligande innebär att individen uppnår autentiskt tillstånd genom personlig utveckling.

Tabell 9. Existentiell autenticitet (intra-personal)

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag hade mer sex än jag brukade ha hemma	203	1	1	1	2
Jag kände att jag kunde fly från mitt vardagliga liv och vara mig själv/ göra det jag ville	203	5	4	5	5
Jag upplevde att resan var unik och spirituell	203	4	2	4	5
Jag gjorde äventyrliga aktiviteter utanför min bekvämlighetszon	203	4	4	4	5
Jag kände att min kropp och mitt utseende återspeglade min identitet (kroppsform, kläder, frisyr osv.)	203	4	2	4	4

Tabell 9: Intra-personal - kroppskänslor (blå - 1, 5) och självförverkligande (grön - 2, 3, 4)

Påståendet *jag hade mer sex än jag brukade ha hemma* har den lägsta möjliga medianen 1 med en mindre spridning på 1, 1 och 2. Anledningen till detta kan vara backpackers-livsstilen som innebär att dessa delar rum med andra backpackers i billiga hostels och saknar avskildhet i vardagen (Shaffer 2004). En annan anledning kan vara kulturella skillnader, Paris et al. (2014) menar att det finns skillnader gällande aspekter som sex och festande mellan olika nationaliteter. Detta kan således kopplas till resultatet i denna studie och redogöra för det låga medianvärdet. Även det andra påståendet, *jag kände att min kropp och mitt utseende återspeglade min identitet (kroppsform, kläder, frisyr osv)*, ingår i kategorin kroppskänslor och har medianen 4 med en spridning på 2, 4 och 4 i kvartilerna. Till skillnad från det tidigare nämnda påståendet, skriver Wang (1999), fungerar kroppen som en symbol snarare än ett kärll för njutning. Ong (2009, s. 34–37), Kirillova och Lehto (2015), Shepherd (2015), Hyounggon och Tazim (2007) skiljer på hedonistiskt och eudaimoniskt välmående inom turism där det hedonistiska välmåendet förknippas med en egoistiskt samt ytlig strävan efter njutning och kan kopplas till dessa påståenden och därmed dimensionen kroppskänslor.

Ytterligare en dimension av intra-personal autenticitet är självförverkligande (Wang 1999). Denna dimension representeras i tabell 9 av påståenden (2, 3, 4) markerade med grön linje. Påståendet *jag kände att jag kunde fly från mitt vardagliga liv och vara mig själv / göra det jag ville* har den högsta möjliga medianen 5 med en mindre spridning på 4, 5 och 5 i kvartilerna, vilket tyder på att den större delen av respondenterna höll med påståendet. De resterande två påståendena har det höga medianvärdet 4 där *jag upplevde att resan var unik och spirituell* resulterade i en större spridning. Enligt Wangs (1999) definition av dimensionen självförverkligande, är turism ett sätt att fly från vardagslivet och upptäcka sig själv genom att delta i äventyrliga aktiviteter utanför sin bekvämlighetszon. Brown (2013) menar däremot att individer kan vara nöjda med vardagen och inte känna ett behov av förändring, någonting som även Schudson (1979) antyder och skriver att en del turister är obrydda gällande det autentiska. De höga medianvärden i dimensionen självförverkligande antyder att respondenterna reser för

att fly vardagen och delta i aktiviteter som leder till personlig utveckling, likt Wangs teori (1999).

Påståendet *jag upplevde att resan var unik och spirituellt* kan kopplas ihop med Cohens (2003) beskrivning av drifters där dessa skildras som spontana resenärer med varken syfte eller resplan och ett fokus på unika upplevelser. Samtidigt skriver Cohen (2003) att dagens backpackers vill separeras från massturisten och gå sin egen väg men att dessa ofta väljer samma resrutten och utför samma aktiviteter som andra backpackers. Tabell 2 visar att 187 (92,1%) respondenter planerade resrutten själva (eller den de reste med) och valde destinationerna spontant. Det framgår inte vilka platser respondenterna besökte däremot visar den kvalitativa datan att majoriteten av respondenterna utförde liknande aktiviteter som dykning, snorkling, ziplining, etcetera, vilket antyder att studiens deltagare har en del särdrag från driftern men även den postmoderna backpackern. Jansson (2002) skiljer på realistisk och imaginär hedonism där den sistnämnda beskrivs som ett förkroppsligande av hedonism där turisten strävar efter nya njutbara upplevelser. Studiens öppna frågor visar att, se nya platser och utföra äventyrliga aktiviteter, var bland de mer frekventa svaren. Medianen (4) från påståendet *jag gjorde äventyrliga aktiviteter utanför min bekvämlighetszon* antyder att majoriteten av respondenterna utförde dessa aktiviteter för första gången. Respondenterna kan därmed kopplas till den imaginära hedonismen (Jansson 2002).

Sammanfattningsvis kan följande konstateras: påståendet med högst median tillhörde dimensionen självförverkligande och påståendet med lägst median tillhörde dimensionen kroppskänslor. Kirillova och Lehto (2015) skriver att den eudaimoniska njutningen lägger större vikt vid personlig utveckling och meningsfulla handlingar, vilket innebär att respondenternas svar från likertskalan hade en större koppling till självförverkligande och därmed det eudaimoniska välmåendet. Studiens kvalitativa data bekräftar att det eudaimoniska välmåendet och självförverkligandet värderas högre hos respondenterna än kroppskänslor kopplade till hedonistiskt välmående. En backpacker nämnde exempelvis att

[...] träffa lokalbefolkningen och se hur de levde. Var lite tufft att se men det gav ett perspektiv för hur vi lever här i Sverige och att man borde vara mer tacksam.

(anonym respondent)

Citatet återspeglar Oliver och Bartsch (2011) samt Knobloch, Roberston och Aitken (2016) resonemang kring det eudaimoniska välmåendet där individen upplever blandade känslor vilket senare resulterar i en mer betydelsefull erfarenhet och självförverkligande.

### 5.2.2 Inter-personal

I tabell 10 presenteras påståenden som ämnar undersöka respondenternas inställning till den andra kategorin av existentiell autenticitet (inter-personal). Första och tredje påståendet i tabellen, representerar familjeband och har en blå markering. Det andra påståendet ingår i dimensionen turistiska communitas och har en grön markering. Dessa dimensioner associeras



med andra individer och grupper av människor som hjälper turisten att uppnå en känsla av autenticitet (Wang 1999).

Tabell 10. Existentiell autenticitet (inter-personal)

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag kände att relationen med de jag reste med blev starkare och jag kunde vara mig själv bland dem	203	5	4	5	5
Jag var mer social och kommunicerade lättare med andra backpackers och lokalbefolkningen	203	4	4	4	5
Jag föredrog att uppleva sevärdheter med andra människor, snarare än ensam	203	5	4	5	5

Tabell 10: Inter-personal - familjeband (blå - 1, 3) och turistiska communitas (grön - 2)

Påståendena *jag kände att relationen med de jag reste med blev starkare och jag kunde vara mig själv bland dem* samt *jag föredrog att uppleva sevärdheter med andra människor, snarare än ensam* har identiska värden i tabellen, gällande medianen (5) och kvartilerna (4, 5, 5). Enligt Wangs (1999) teori kopplas dessa två påståenden ihop med dimensionen familjeband där turisten utvecklar nära vänskapsband samt känner sig mer bekväm i sällskap med andra individer och detta är en förutsättning för att uppleva det autentiska. Resultatet av dessa påståenden kan dels stödjas av Shaffer (2004) som skriver att backpackers vanligtvis delar rum i billiga hostels och därmed utvecklar starkare band med andra backpackers men även av Paris et al. (2014) som styrker att backpackers gärna ställer upp och hjälper varandra. Den öppna frågan som undersökte vad respondenterna upplevde som mest autentiskt betonar att människor var det bästa med resan. Tabell 2 visar att 46 (22,7%) respondenter valde att åka ensamma men att 26 (12,8%) av dessa reste sedan runt med andra backpackers. Majoriteten av respondenterna (90,1%) valde således att resa i sällskap med andra människor, vilket poängteras av resultatet från påståendet *jag föredrog att uppleva sevärdheter med andra människor, snarare än ensam*.

Påståendet *jag var mer social och kommunicerade lättare med andra backpackers och lokalbefolkningen* har medianen 4 med 4, 4 samt 5 i kvartilerna och hänger samman med dimensionen turistiska communitas som redogör för avsaknaden av hierarkin bland turisterna (Wang 1999). Påståendet och dess resultat redogör dessvärre inte huruvida respondenterna socialiserade lättare med andra backpackers eller med lokalbefolkningen. Paris et al. (2014) studie antyder att backpackers lägger större vikt vid umgänge med andra backpackers än med lokalbefolkningen, vilket även framgår i denna studies kvalitativa data där flest respondenter uppgav umgänge med backpackers mer frekvent än umgänge med lokalbefolkningen, till exempel "Människorna jag träffade, både locals men framförallt de andra backpackersarna [...]" (anonym respondent). Cohen (2003) skriver att det råder en homogenisering av de destinationer som besöks samt de aktiviteter som backpackers utför, vilket kan vara en orsak till påståendets medianvärde (4) då backpackers reser till samma platser och socialisering mellan dessa blir en naturlig del av vardagen.

### 5.3 Hedonism

Tabell 11 innehåller påståenden som ämnar undersöka den hedonistiska aspekten av turism då ett flertal forskare menar att det hedonistiska beteendet är en del av turism och backpacking (Cohen 2003; Loker-Murphy 1997; Murphy 2001; Diken & Laustsen 2004; Malone, McCabe & Smith 2014; Canavan 2018). Den gröna markeringen i tabellen representerar det lägsta medianvärdet.

Tabell 11. Hedonism

Påstående	N	Median	Kvartiler		
			25	50	75
Jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma (alkohol, tobak, weed, osv)	203	2	1	2	4
Jag tog ett ekologiskt ansvar under min vistelse (T.ex. ta hand om miljön genom att inte skräpa ner)	203	5	4	5	5
Jag tog ett socialt ansvar under min vistelse (T.ex. tog hänsyn till lokalbefolkningen och deras kultur samt religion)	203	5	4	5	5

Tabell 11: Påståenden som undersöker hedonism

Påståendet *jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma (alkohol, tobak, weed osv)* har medianen 2 med en större spridning i kvartilerna. Resterande två påståenden i tabellen delar samma medianvärde (5) och kvartilerna (4, 5, 5). Medianvärdet 2, i det första påståendet, motsvarar alternativet *stämmer någorlunda* och tyder på att majoriteten av respondenterna nyttjade mer droger under sin backpackingresa. Respondenternas svar visar att dessa tog ett ekologiskt samt socialt ansvar under restiden. Canavan (2018) menar att backpackers beteende huvudsakligen styrs av deras resemotiv och att individer med resemotiv som är av meningsfull karaktär, till exempel volontärarbete, är benägna att ta mer ansvar under sin vistelse. Detta kan kopplas till resultatet från påståendena *jag tog ett ekologiskt ansvar under min vistelse* och *jag tog ett socialt ansvar under min vistelse* där medianen är 5 och motsvarar alternativet *stämmer helt* enligt enkätens likertskala. I enkätundersökningen ingick även två öppna frågor, där den första av dem undersöker respondenternas förväntningar innan resan och kan därmed kopplas till resemotiv. De mest frekventa svaren utgörs av autentiska förväntningar, till exempel uppleva nya platser och kultur samt personlig utveckling.

De olika medianvärdena i tabell 11 tyder på att det finns mindre spår av hedonism i respondenternas beteende, vilket kan förklaras med resultatet från första påståendet. Det hedonistiska beteendet beskrivs även av Cohen (2003), Canavan (2018), Diken och Laustsen (2004) där dessa menar att den postmoderna backpackern har ett beteende med autentiska och hedonistiska särdrag, vilket möjligen kan förklara den större spridningen i tabellens första påstående. Sammanfattningsvis visar medianvärdena för dessa tre påståenden samt den kvalitativa data, att det autentiska utgör en större del för respondenternas beteende under resan.

Den öppna frågan *vad var det mest autentiska med resan, vad minns du mest?* styrker detta med de bildade teman: träffa nya människor, se nya platser samt utföra äventyrliga aktiviteter.

## 5.4 Sammanställning och diskussion

I tabell 12 presenteras en sammanställning av Wangs (1999) subkategorier inom autenticitet samt det hedonistiska perspektivet. Blå markering symboliserar subkategorin med högst medianvärde och grön markering visar det lägsta medianvärdet.

Tabell 12. Sammanställning

Subgrupper	Median	Kvartiler		
		25	50	75
Objektivistisk samt konstruktivistisk autenticitet	3,55	2,58	3,55	4,10
Existentiell autenticitet (intra-personal)	3,85	2,54	3,85	4,66
Existentiell autenticitet (inter-personal)	4,49	3,70	4,49	4,74
Hedonism	1,54	1,24	1,54	2,38

Tabell 12: Sammanställning av subkategorierna

Subkategorin som har den högsta medianen (4,49) samt minst spridning i kvartilerna är existentiell autenticitet med dimensionen inter-personal. Kvalitativa data bekräftar att människorna (andra backpackers och lokalinvånare) utgör en viktig del av backpackingupplevelsen då temat *träffa människor* från den andra öppna frågan fick högst placering bland respondenternas svar. Subkategorin med det lägsta medianvärdet (1,54) är hedonism. Denna kategori kodades om enligt beskrivningen i avsnittet 2.3.1 då den ursprungligen mätte autenticitet snarare än hedonism. Existentiell autenticitet (intra-personal och inter-personal) fick således ett högre medianvärde än objektrelaterad autenticitet (objektivistisk och konstruktivistisk autenticitet).

Ett flertal studier kommer fram till slutsatsen att existentiell autenticitet är dynamisk och växlande med hedonistiska inslag, vilket gör fenomenet svårämnt (Kirillova & Lehto 2015; Hyounggon & Tazim 2007). Cohen (2003) skriver att backpackers beteende påverkas av postmoderna trender och har autentiska samt hedonistiska inslag. Likt dessa studier kan spår av hedonism upptäckas inom existentiell autenticitet, främst inom dimensionen intra-personal som innefattar den hedonistiska aspekten kroppskänslor (se tabell 9). Aspekten kroppskänslor och subkategorin hedonism har däremot låga medianvärden med högre spridning i kvartilerna, vilket tyder på att respondenternas uppfattning samt beteenden är varierande och präglas huvudsakligen av autenticitet med mindre hedonistiska inslag.

Kritik kan även riktas mot studiens påståenden och dess omfattning, till exempel påståendena som tillhör den existentiellt-autentiska dimensionen kroppskänslor: *jag hade mer sex än vad jag brukade ha hemma* och *jag kände att min kropp och mitt utseende återspeglade min identitet*

(se tabell 9). Det förstnämnda påståendet redogör inte huruvida respondenterna hade lika mycket sex i hemlandet som under resan. Påståendet utgår från att respondenterna antingen har mer eller mindre sex. Det andra påståendet kan uppfattas som tvetydigt och därmed resultera i svåranalyserade data. Dessa två påståenden representerar inte den existentiellt-autentiska dimensionen kroppskänslor i full utsträckning på grund av dess bristfälliga utformning.

Ytterligare kritik kan riktas till påståendena från tabell 10 (inter-personal) och tabell 11 (hedonism). *Jag var mer social och kommunicerade lättare med andra backpackers och lokalbefolkningen* skiljer inte på backpackers och lokalbefolkningen. Respondenterna kan ha kommunicerat lättare med backpackers men inte lokalbefolkningen och vice versa. Påståendet *jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma* i tabell 11 redogör inte huruvida respondenterna nyttjade lika mycket droger i hemlandet som under resan.

Fler påståenden hade varit av nytta för att mäta de olika subkategorierna, i synnerhet inter-personal autenticitet (tabell 10) och hedonism (tabell 11) som innehåller tre påståenden vardera. De öppna frågorna har fungerat som ett komplement till den kvantitativa data. Frågan *vad var det mest autentiska med resan, vad minns du mest?* kan ha skapat förvirring hos respondenterna då den består av två delfrågor. Semi-strukturerade intervjuer med studiens respondenter hade även bidragit till en djupare inblick i backpackers beteende och uppfattningar.

## 6. Slutsats

Syftet med denna studie var att undersöka rollen av autenticitet och hedonism inom backpacking med hjälp av två frågeställningar. Den första frågan är: *vilken typ av autenticitet upplevde svenska backpackers mest på destinationerna?* Sammanställningen av subkategorierna (se tabell 12) visar att existentiell autenticitet, i synnerhet dimensionen inter-personal, har det högsta medianvärdet (4,49). Denna dimension präglas av nära relationer med människor som hjälper backpackern att uppnå ett autentiskt tillstånd. Resultatet från enkätundersökningens fråga *vad var det mest autentiska med resan, vad minns du mest?* bekräftar att andra människor utgör en viktig del av backpackingresan.

Den andra frågeställningen är *svenska backpackers uppfattningar och beteenden mer autentiska eller hedonistiska under deras backpackingresa?* har inte resulterat i ett lika tydligt svar. Det kan konstateras att respondenterna hade såväl autentiska som hedonistiska uppfattningar samt beteenden under deras vistelsetid, någonting som flera forskare redan har etablerat där dessa menar att existentiell autenticitet har hedonistiska inslag (Wang 1999; Hyounggon & Tazim 2007; Kirillova & Lehto 2015). Det är således svårt att fastställa huruvida respondenternas uppfattningar och beteenden är mer autentiska eller hedonistiska, även av den anledning att det finns för få hedonistiska påståenden jämfört med de autentiska i enkätundersökningen.

Slutsatserna från denna studie kan inte generaliseras på grund av de bristfälliga påståendena som utgör likertskalan. Reliabilitetstestet misslyckas även att bekräfta studiens validitet samt tillförlitlighet. Vidare forskning skulle kunna tillämpa mer kvalitativa metoder för att tillföra mer detaljerade data, någonting som brister i denna studie. Ytterligare ett förslag till forskning som har fått för lite uppmärksamhet är lokalbefolkningens perspektiv inom backpacking och autenticitet.

## Referenser

- Agbo, A.A. (2010). Cronbach's Alpha: Review of Limitations and Associated Recommendations. *Journal of Psychology in Africa*, 20(2), ss. 233–239.
- Ateljevic, I. och Doorne, S. (2000). Tourism as an Escape: Long-Term Travelers in New Zealand. *Tourism Analysis*, (5), ss. 131–136.
- Bonett, D.G. och Wright, T.A. (2015). Cronbach's alpha reliability: Interval estimation, hypothesis testing, and sample size planning. *Journal of Organizational Behavior*, 36(1), ss. 3–15.
- Brown, L. (2013). Tourism: A catalyst for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 40(1), ss. 176–190.
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber
- Canavan, B. (2018). An existentialist exploration of tourism sustainability: backpackers fleeing and finding themselves. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), ss. 551–566.
- Chen, G., Bao, J. och Huang, S. (2014). Segmenting Chinese Backpackers by Travel Motivations. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), ss. 355–367.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39(1), ss. 164–182.
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10(1), ss. 373–392.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and communization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), ss. 371–386
- Cohen, E. (2003). Backpacking: Diversity and Change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(2), ss. 95–110.
- Collins-Kreiner, N., Yonay, Y. och Even, M. (2018). Backpacking memories: a retrospective approach to the narratives of young backpackers. *Tourism Recreation Research*, 43(3), ss. 409–412.
- Diken, B. och Laustsen, C.B. (2004). Sea, sun, sex and the discontents of pleasure. *Tourist studies*, 4(2), ss. 99–114.
- Eliasson, A. (2018). *Kvantitativ metod från början*. 4:e uppl. Lund: Studentlitteratur

- Hjerm, M. och Lindgren, S. och Nilsson, M. (2014). *Introduktion till samhällsvetenskaplig analys*. 2:a uppl. Malmö: Gleerup
- Holme, I. M. och Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur
- Hyounggon, K. och Tazim, J. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34(1), ss. 181–201.
- Jansson, A. (2002). Spatial Phantasmagoria: The Mediatization of Tourism Experience. *European Journal of Communication*, 17(4), ss. 429–443.
- Kilroy Sweden AB (u.å.a). *Reseförslag*.  
<https://www.kilroy.se/reseforslag> [2019-05-22]
- Kilroy Sweden AB (u.å.b). *Klassisk backpackingresa*.  
<https://www.kilroy.se/reseforslag/flygbiljetter-resrutter/jorden-runt-resor/klassisk-backpackingresa> [2019-04-20]
- Kirillova, K. och Lehto, X. (2015). An existential conceptualization of the vacation cycle. *Annals of Tourism Research*, 55, ss. 110–123.
- Knobloch, U., Robertson, K. och Aitken, R. (2017). Experience, Emotion, and Eudaimonia: A Consideration of Tourist Experiences and Well-being. *Journal of Travel Research*, 56(5), ss. 651–662.
- Kolar, T. och Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), ss. 652–664.
- Larsen, S., Øgaard, T. och Brun, W. (2011). Backpackers and mainstreamers: Realities and Myths. *Annals of Tourism Research*, 38(2), ss. 690–707.
- Lau, R. W. K. (2010). Revisiting authenticity: A social realist approach. *Annals of Tourism Research*, 37(2), ss. 478–498
- Lin, Y.C. (2017). The willingness of heritage tourists to pay for perceived authenticity in Pingxi, Taiwan. *Current Issues in Tourism*, 20(10), ss. 1044–1069.
- Lin, Y.C. och Liu, Y.C. (2018). Deconstructing the internal structure of perceived authenticity for heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), ss. 2134–2152.
- Loker-Murphy, L. och Pearce, L. (1995). Young budget travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22(4), ss. 819–843.

- Loker-Murphy, L. (1997). Backpackers in Australia: A motivation-Based Segmentation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(4), ss. 23–45.
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), ss. 589–603.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York: Schocken books
- Malone, S., McCabe, S. och Smith, A.P. (2014). The role of hedonism in ethical tourism. *Annals of Tourism Research*, 44(1), ss. 241–254.
- Maoz, D. (2007). Backpackers' motivations the role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, 34(1), ss. 122–140.
- Murphy, L. (2001). Exploring social interactions of backpackers. *Annals of Tourism Research*, 28(1), ss. 50–67.
- Oliver, M.B. och Bartsch, A. (2011). Appreciation of Entertainment: The Importance of Meaningfulness via Virtue and Wisdom. *Journal of Media Psychology*, 23(1), ss. 29–33.
- Ong, A. (2009). On the measurement and mismeasurement of happiness: Contemporary theories and methodological directions. I: Dutt, A. och Radcliff, B. (red.) *Happiness, economics, and politics: Towards a multi-disciplinary approach*. Northampton: Edward Elgar Publishing, ss. 33–44.
- Ooi, N. och Laing, J.H. (2010). Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), ss. 191–206.
- O'Reilly, C.C. (2006). From drifter to gap year tourist: Mainstreaming Backpacker Travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), ss. 998–1017.
- Paris, C.M., Musa, G. och Thirumoorthi, T. (2014). A comparison between Asian and Australasia backpackers using cultural consensus analysis. *Current Issues in Tourism*, 18(2), ss. 1–21.
- Paris, C.M. och Teye, V. (2010). Backpacker Motivations: A Travel Career Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), ss. 244–259.
- Reisinger, Y. och Steiner, C.J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), ss. 65–86.



Schudson, M. (1979). Review Essay: On Tourism and Modern Culture. *American Journal of Sociology*, 84(5), ss. 1249–1258.

Shaffer, T.S. (2004). Performing backpacking: Constructing "authenticity" every step of the way. *Text and Performance Quarterly*, 24(2), ss. 139–160.

Shepherd, R.J. (2015). Why Heidegger did not travel: Existential angst, authenticity, and tourist experiences. *Annals of Tourism Research*, 52, ss. 60–71.

Svenska Akademiens ordbok (u.å.). *Autenticitet*  
<https://www.saob.se/artikel/?seek=autenticitet&pz=1> [2019-05-20]

Taylor, J.P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), ss. 7–26.

Tesfahuney, M. och Schough, K. (red.) (2010). *Det globala reseprivilegiet*. Lund: Sekel

Vaske, J.J., Beaman, J. & Sponarski, C.C. (2017). Rethinking Internal Consistency in Cronbach's Alpha. *Leisure Sciences*, 39(2), ss. 163–173.

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk- samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Elanders Gotab.  
[http://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494\\_forskningsetiska\\_principer\\_2002.pdf](http://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494_forskningsetiska_principer_2002.pdf) [2019-03-28]

Vogt, J. (1976). Wandering: Youth and Travel Behavior. *Annals of Tourism Research*, 4(1), ss. 25–41.

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), ss. 349–370.

Westerhausen, K. och Macbeth, J. (2003). Backpackers and empowered local communities: natural allies in the struggle for sustainability and local control? *Tourism Geographies*, 5(1), ss. 71–86.

WYSE travel confederation (u.å.). *Facts and Stats*  
<https://www.wysetc.org/about-us/facts-and-stats/> [2019-05-22]

Zhang, J., Morrison, A.M., Tucker, H. och Wu, B. (2018). Am I a Backpacker? Factors Indicating the Social Identity of Chinese Backpackers. *Journal of Travel Research*, 57(4), ss. 525–539.

# Bilagor

## Bilaga 1: Enkätundersökning och samtycke

### Enkätundersökning om autenticitet inom backpacking

Detta är en ANONYM enkätundersökning. För att delta i studien måste du vara minst 18 år gammal och ha backpackat i Sydostasien i minst en månad. Sydostasien: (Malaysia, Kambodja, Thailand, Vietnam, Indonesien och Filippinerna).

Samtycke till att delta i studien: Autentiska upplevelser inom backpacking, en kvantitativ studie som undersöker autenticitet som svenska backpackers upplever i Sydostasien.

Studenter:

Rashid Yakhyaev

[rashid01.yakhyaev@student.sh.se](mailto:rashid01.yakhyaev@student.sh.se)

Martina Persson

[martina01.persson@student.sh.se](mailto:martina01.persson@student.sh.se)

Handledare:

Lektor Saeid Abbasian

[saeid.abbasian@sh.se](mailto:saeid.abbasian@sh.se)

Hej, Rashid. När du skickar det här formuläret kan ägaren se ditt namn och din e-postadress.

\* Obligatoriskt

1. Kön \*

Man

Kvinna

Annat

2. Din ålder när du backpackade \*

- 18-22
- 23-26
- 27-30
- 31-40
- 41+

3. Vistelsetid (hur länge backpackade du i Sydostasien) \*

- 1-2 månader
- 3-5 månader
- 6-8 månader
- 9-12 månader
- 12+ månader

4. Hur backpackade du? \*

- Ensam
- Åkte ensam, men reste runt med nya vänner som jag träffade på plats
- Med vänner
- Med partner
- Med familj

5. Hur valde du resan och destinationerna? \*

- Jag planerade allting själv (eller med den jag reste med) och valde destinationerna spontant
- Jag köpte en färdigpaketerad resa via en organisation (t.ex. Kilroy)
- Kombination av ovanstående alternativ

## 6. Hur upplevde du följande alternativ på destinationerna \*

	1. Stämmer inte alls	2. Stämmer någorlunda	3. Vet ej	4. Stämmer ganska bra	5. Stämmer helt
Jag kunde uppleva den lokala kulturen, seder och traditioner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag kände en koppling till platsernas historia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Destinationernas arkitektur och design inspirerade mig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det var viktigt att de världsarv som jag besökte omslöts av naturliga/orörda landskap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De museum som jag besökte och upplevde, var en viktig del av resan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Under min resa, kände jag att jag hellre skulle vilja leva som lokalbefolkningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 7. Hur upplevde du följande alternativ på destinationerna \*

	1. Stämmer inte alls	2. Stämmer någorlunda	3. Vet ej	4. Stämmer ganska bra	Stämmer helt
Jag hade mer sex än vad jag brukade ha hemma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag kände att jag kunde fly från mitt vardagliga liv och vara mig själv / göra vad jag ville	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag upplevde att resan var unik och spirituellt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag gjorde äventyrliga aktiviteter utanför min bekvämlighetszon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag kände att min kropp och utseende återspeglade min identitet (kroppform, kläder, frisyra osv.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 8. Hur upplevde du följande alternativ på destinationerna \*

	1. Stämmer inte alls	2. Stämmer någorlunda	3. Vet ej	4. Stämmer ganska bra	5. Stämmer helt
Jag kände att relationen med de jag reste med blev starkare och jag kunde vara mig själv bland dem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag var mer social och kommunicerade lättare med andra backpackers och lokalbefolkningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag föredrog att uppleva sevärdheter med andra människor, snarare än ensam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Hur upplevde du följande alternativ på destinationerna \*

	1. Stämmer inte alls	2. Stämmer någorlunda	3. Vet ej	4. Stämmer ganska bra	5. Stämmer helt
Jag nyttjade mindre droger än vad jag brukar göra hemma (alkohol, tobak, weed, osv)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tog ett ekologiskt ansvar under min vistelse (T.ex. ta hand om miljön genom att inte skräpa ner)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jag tog ett socialt ansvar under min vistelse (T.ex. tog hänsyn till lokalbefolkningen och deras kultur samt religion)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Vad såg du mest fram emot innan resan? \*

Ange ditt svar

11. Vad var det mest autentiska med resan, vad minns du mest? \*

Ange ditt svar

12. Jag har skriftligen informerats om studien och samtycker till att delta. Jag är medveten om att mitt deltagande är helt frivilligt och jag kan helt avbryta mitt deltagande i studien utan att ange något skäl. \*

- Jag väljer att delta i studien och godkänner att Södertörns högskola behandlar mina personuppgifter i enlighet med gällande dataskyddslagstiftning och lämnad information.

Skicka

## Bilaga 2: Informationsbrev

# Informationsbrev

Information till dig som ska delta i en undersökning som genomförs av en student under utbildning

## C-uppsats i ämnet Turismvetenskap

**Information om studien:** Vi (Rashid Yakhyaev & Martina Persson) är studenter som skriver vår c-uppsats i ämnet turismvetenskap. Syftet med vår studie är att undersöka autenticitet inom backpacking.

**Kontaktuppgifter till studenterna och handledaren:** Studien bedrivs inom kursen Turismvetenskap C på institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik.

Studenter:

Rashid Yakhyaev

[rashid01.yakhyaev@student.sh.se](mailto:rashid01.yakhyaev@student.sh.se)

Martina Persson

[martina01.persson@student.sh.se](mailto:martina01.persson@student.sh.se)

Handledare:

Saeid Abbasian

Lektor

[saeid.abbasian@sh.se](mailto:saeid.abbasian@sh.se)

**Personuppgiftsansvarig:** Undersökningen/studentarbetet genomförs som en del av studenternas utbildning vid Södertörns högskola som är juridiskt ansvarig för studenternas personuppgiftsbehandlingar. Du kan alltid nå Södertörns högskola via epost [registrator@sh.se](mailto:registrator@sh.se) eller telefon 08 608 40 00

**Dataskyddsbud:** Har du funderingar eller klagomål kring hur dina personuppgifter behandlas kan du alltid vända dig till Södertörns högskolas dataskyddsbud via [dataskydd@sh.se](mailto:dataskydd@sh.se). Dataskyddsbudet är expert på reglerna för personuppgifter och har rätt att granska hur högskolans studenter och personal behandlar personuppgifter.

**Lagliggrund:** Personuppgifterna behandlas enligt ditt informerade samtycke. Deltagande i studien är helt frivilligt. Du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan att ange orsak, vilket dock inte påverkar den behandling som skett innan återkallandet.

**Mottagare av personuppgifter:** Alla uppgifter som kommer oss till del kommer behandlas så att obehöriga inte kan ta del av dem

**Lagringstid:** Personuppgifterna kommer bevaras till dess att uppsatsen är godkänd och kommer därefter att förstöras.

**Rättigheter:** Enligt EU:s dataskyddsförordning har du rätt att gratis få ta del av samtliga uppgifter om dig som hanteras och vid behov få eventuella fel rättade. Du har även rätt att begära radering, begränsning eller att invända mot behandling av personuppgifter

**Klagomål:** Du har alltid rätt att lämna klagomål till Datainspektionen. Du når dem via epost: [datainspektionen@datainspektionen.se](mailto:datainspektionen@datainspektionen.se) eller telefon 08 - 657 61 00

Med vänlig hälsning

Rashid Yakhyaev och Martina Persson  
Studenter  
Turismvetenskap C, Institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik.

Södertörns högskola