

Introduktion

Innan coronaviruset spreds över världen och innan gränser och flygplatser stängde, lockade Mount Everest stora skaror besökare. Den 24 maj 2019 rapporterade Aftonbladet om ”trafikstockning”, när 300 personer köade för att nå toppen (Rundkvist 2019). Nepalesiska myndigheter slog larm om säkerheten och den svenska resetidningen Vagabonds krönikör talade om fenomenet som en benägenhet att ”ständigt välja världskända platser för att bocka av dem från någon patetisk bucket list” (Andersson 2019). På närmare håll kunde vi notera att 200–300 personer dagligen besökte Mont Blanc, Europas högsta berg, men samma fenomen var synligt också i Sverige. Kebnekaise tar emot uppåt 10 000 besökare per år, och dessa tenderar att i högre grad än förr sakna vana från både vandring och fjäll. Att ta sig till kända platser för att utöva äventyrliga strapatser var alltså populärt i en tid när själva resandet hade börjat ifrågasättas och vårt sätt att förflytta oss långa sträckor kritiserats men även uppmuntrats i sociala medier genom flygskam eller tågskryt. Berättelserna om vedermödorna fick spridning och eget liv i massmedier och i sociala medier för mer utvalda följare. De blev delar av hur vi skapade berättelser om oss själva som individer.

När coronapandemin var ett faktum våren 2020 stängde land efter land sina gränser och satte invånare i karantän i varierande grad i försök att begränsa smittspridningen. Det svenska förhållningssättet förvånade och chockade omvärlden. Här var det alltså tillåtet att gå utomhus. Det till och med uppmuntrades att ta promenader i skog och mark. Enligt en mobilitetsmätning från Google ökade vi vårt rörelsemönster i naturen med 82 procent under mars-april. På samma sätt som före coronaviruset, spreds nu bilder från skog och natur, om än med något andra texter. Hashtagarna #friskluft och #utinaturen syntes nu bland användare av sociala medier. Coronavänliga aktiviteter utomhus som gjorde det enkelt att hålla avstånd till andra blev populära. Bara ett exempel i raden av sådana kommer från Nacka i region Stockholm. Under parollen ”Friska Nacka – motion, natur, glädje” lanserade Järla Orientering tillsammans med Nacka Kommun och ett femtontal kommersiella samarbetspartner gratis orienteringskartor med 55 kontroller. Våren 2020 var elfte året som evenemanget genomfördes, men denna vår slogs rekord vad gäller antalet användare.

Nya marknader har växt fram när friluftsturismens vägar letar sig fram i obanad terräng. Att hyra en guide för klättring, kajakpaddling, skidåkning eller vandring gör det möjligt att utföra den typen av aktiviteter, även om

erfarenheten saknas. Att åka skidor i lössnö vid sidan av pisten ter sig inte lika farligt med en guide vid sin sida och här får guideföretag och kanske till och med helikopterföretag möjlighet att verka, vid sidan av företag för transport och övernattnig. Ur ett marknadslogiskt perspektiv är det måhända lyckat att branschen omsätter mer och att fler kan få sin utkomst från denna typ av verksamhet, men vi ser också att naturresurser i form av oexploaterade berg och sjöar slits och att naturen behöver vila. I Vålådalen hägnades Blanktjärn in av just detta skäl efter att ha blivit omåttligt populär på sociala medier. En skridskotur på genomskinlig is. Vi kan alltså konstatera att sport i naturmiljö i princip verkar blivit något för vem som helst. Så hur ska vi tolka ovanstående fenomen? Uttrycker det ett behov av att bemästra och behärska naturen, eller är det snarare ett sätt att uppnå samklang med den? Blir naturen en produkt att konsumera och marknadsföra, och vilka konsekvenser får det? Och hur kan den här typen av naturturism tänkas fortskrida i de verkliga och virtuella landskap som coronaviruset har skapat?

I det här kapitlet diskuterar vi friluftslivet och natursporternas existens och förutsättningar i spannet mellan antropocentrism och ekocentrism. De förändringar och omvälvningar, både teknologiska och klimatmässiga, som pågår i vår samtid innebär att vi paradoxalt nog lever i en tid som erbjuder stora utvecklingsmöjligheter, samtidigt som vi står inför hotet om arters utdöende till följd av förändringar vad gäller klimat, folkhälsa och ekonomi. I dagens postmoderna samhälle, står vi inför en fjärde industriell revolution. Ångmaskinen bidrog till den första industriella revolutionen som förändrade våra liv och vår ekonomi, från jordbruk och byteshandel till en som dominerades av industri och fabriksstillverkning. Olja och elektricitet möjliggjorde massproduktion i den andra industriella revolutionen. I den tredje automatiserades produktionen genom informationsteknologi. Den fjärde industriella revolutionen kännetecknas av en värld där människor rör sig mellan virtuell och icke uppkopplad verklighet med hjälp av digital teknologi för att möjliggöra och hantera sina liv. Framför allt karaktäriseras samtiden, vilken Schwab (2017) beskriver som just den fjärde industriella revolutionen, av att en ny era börjar som bygger och utvidgar effekterna av digitalisering på nya och tidigare oförutsedda sätt. Vår ambition är att synliggöra och diskutera hur mötet mellan sport i vildmark, sociala medier och synen på natur tar sig uttryck inom denna fjärde industriella revolution.