

Edward H. Huijbens og Anna Dóra Sæþórsdóttir

Virkjun áfangastaða – Samgöngubætur og virkjunarframkvæmdir

MIKLAR BREYTINGAR verða á eðli áfangastaða ferðamanna í náttúru Íslands með bættu aðgengi að þeim í kjölfar virkjunarframkvæmda. Virkjunum, bæði jarðvarma- og vatnsaflsvirkjunum, fylgja jafnan vegaf framkvæmdir og við þær stórbatnar oft aðgengi að áður óaðgengilegum náttúrusvæðum. Þessari staðreynd er gjarnan haldið á lofti sem jákvæðum áhrifum virkjunarframkvæmda á ferðamennsku og útivist. Ýmsar rannsóknir hafa hins vegar leitt í ljós að áfangastaðir sem verða til eða breytast í kjölfar slíkra framkvæmda höfða til ákveðinna hópa ferðamanna en fæla aðra frá. Í þessari grein er kafað nánar í hvaða breytingar hér er um að ræða og áhrif þeirra á áfangastaði ferðamanna þar sem virkjanir hafa verið reistar. Leitað er fanga í kenningum um svonefnda vöruvæðingu náttúru og samfélagsgæða. Í greininni er rýnt í fyrirbyggjandi rannsóknir á áhrifum fyrirhugaðra virkjana á ferðamennsku á Hengils svæðinu og í Ófeigsfirði á Ströndum, og nokkurra virkjunarhugmynda sem voru til skoðunar í 3. áfanga rammaáætlunar. Færð eru rök að því að hagsmunum ferðapjónustunnar sé best borgið með því að greinin stýri því sjálf hvernig aðgengi að áfangastöðum ferðamanna skuli vera hátt. Að öðrum kosti er hætt við að náttúra landsins missi sérstöðu sína og þá sér í lagi víðernin. Á sama tíma verður ferðapjónustan þó að gangast við áhrifum sínum á markaðs- og vöruvæðingu náttúru og samfélagsgæða, þar með talið mótsagnakenndri stöðu gagnvart vernd og nýtingu víðerna.

INNGANGUR

Aðkomuvegir að stíflum og lónum á Ófeigsfjarðarheiði munu opna leið fyrir ferðafólk upp á heiðina og jafnframt gera þau mannvirki sýnileg.¹

Upphafsorðin eru úr matsskýrslu Verkíss vegna Hvalárvirkjunar í Ófeigsfirði (1. mynd) og liggja þau til grundvallar þeirri niðurstöðu skýrsluhöfunda að áhrif virkjunarinnar á ferðamennsku og útivist séu allt frá því að vera nokkuð jákvæð vegna bætts aðgengis með vegagerð yfir í að vera talsvert neikvæð fyrir þann hóp ferðamanna sem vill sem minnst sjá af mannvirkjum og öðrum

ferðamönnum á ferðum sínum. Um þetta hverfist hefðbundin umræða hér á landi um virkjanir og áhrif þeirra á ferðamennsku og útivist. Þ.e.a.s.: Með bættu aðgengi opnast svæði fyrir nýja markhópa og þar skapast ný tækifæri fyrir ferðapjónustuna. Þetta bættu aðgengi þýðir aftur á móti að aðrir hópar ferða- og útivistarfólks láta sig hverfa og þar með geta (önnur) ferðapjónustufyrirtæki misst sinn markhóp.

Í rannsóknnum um áhrif virkjunarframkvæmda á ferðamenn hér á landi hefur jafnan verið beitt viðhorfskvarða (e. *Purist Scale*) og útivistarrófi

(e. *Recreation Opportunity Spectrum – ROS*). Viðhorfskvarðinn byggist á þeirri hugmynd að ferðamönnum megi skipa í hópa þjónustusinna, náttúrusinna eða almennra ferðamanna með hliðsjón af viðhorfum þeirra til umhverfis og eiginleika ferðamannastaða.² Fyrstnefndi hópurinn hefur mest þol gagnvart framkvæmdum og breytingum á náttúrunni en náttúrusinnar minnst. Þessi skipting ferðamanna hefur einnig verið notuð í rannsóknnum á þolmörkum ferðamennsku, en hugmyndin um þolmörk hefur náð hvað best eyrum stjórnvalda og hagsmunaaðila hér á landi þegar kemur að stefnu og aðgerðum í þágu ferðamála.³

Þolmörk eru skilgreind sem sá fjöldi gesta sem getur komið á svæði áður en neikvæðra áhrifa á náttúrulegt umhverfi eða upplifun manna fer að gæta.⁴ Þau eru metin á grunni fjögurra þátta: i) innviða, ii) viðhorfs ferðamanna, iii) viðhorfs heimamanna til ferðamennsku, og iv) náttúruleslegs umhverfis. Með hugtakinu er leitast við að finna þá þætti sem hafa þarf í huga við skipulag og stefnumótun staða með sjálfbæra þróun að leiðarljósi og móta æskileg markmið við þróun áfangastaðar hverju sinni.⁵ Glögglega má sjá að þegar þolmörk eru byggð á viðhorfskvarða verða þau aldrei tiltekinn fasti eða ítala. Ævinlega verða til ferðamenn sem vilja heimækja ákveðna staði, jafnvel þótt þeir séu rústir einar eftir athafnir manna.^{6,7}

Við notkun útivistarrófsins er landsvæðum skipt í nokkra flokka eftir því



1. mynd. Ónefndur foss í Eyvindarfjarðará. Fossinn myndi hverfa ef virkjun í Hvalá í Ófeigsfirði yrði reist. – An unnamed waterfall in the river Eyvindarfjarðará, NW-Iceland. This waterfall would disappear if the river Hvalá in the fjord of Ófeigsfjörður was to be harnessed for hydropower. Ljósmynd: Tómas Guðbjartsson.

hversu náttúrulegt umhverfi þeirra er og hversu aðgengileg þau eru. Á öðrum enda rófsins er flokkurinn *víðerni*, sem eru víðáttumikil náttúrusvæði án mannvirkja og vélknúinnar umferðar. Á hinum enda rófsins eru útivistarsvæði í borgum og bæjum þar sem í boði er ýmiss konar þjónusta við ferðamenn. Flokkar útivistarrófsins miðast því við mismunandi upplifun fyrir ferðamenn, allt eftir því hvort þeir sækja í náttúruleg og óaðgengileg svæði eða manngerð og aðgengileg.

Eins og áður segir fylgir virkjunarframkvæmdum vegagerð og þá sér í lagi þegar um er að ræða virkjun á lítt röskuðu náttúrusvæði eða víðerni þar sem stundum opnast möguleikar til að skapa nýja áfangastaði fyrir ferðamenn. Mat á áhrifum virkjunarframkvæmda á ferðamennsku og útivist er þannig efni í umræðu um þróun ferðamannastada, til dæmis í samhengi við lög um landsáætlan um uppbyggingu innviða til verndar náttúru og menningarsögu-

legum minjum (20/2016) og lög um Framkvæmdasjóð ferðamannastada (2011/75).

Sú hefðbundna niðurstaða í matskýrslum um áhrif virkjana á ferðamennsku að virkjuð svæði höfði til þjónustusinna í stað náttúrusinna er of einföld og dugir ekki í umræðu um þróun áfangastada. Niðurstaða lík þeirri sem vitnað er til í upphafi inngangs hér að ofan er vatn á myllu bæði þeirra sem vilja virkja og hinna sem vilja það ekki, og þar með kemst umræðan ekki lengra. Í þessari grein verða rannsóknargögn um viðhorf ferðamanna og ferðaþjónustunnar til virkjana og aðgengis rýnd nánar og sett í annan fræðilegan ramma en gert hefur verið til þessa. Sú nálgun ætti að skapa grundvöll fyrir dýpri skilningi á áhrifum virkjana á ferðamennsku og útivist.

Þessari grein er þannig ætlað að vera framlag til opinberrar stefnumótunar um þróun áfangastada og samspil hennar við aðra uppbyggingu í sam-

ræmi við þarfir og væntingar útivistaríðkenda, ferðamanna og ferðaþjónustu. Í greininni er orðið *ferðamennska* notað um öll ferðalög fólks en orðið *ferðaþjónusta* um atvinnugreinina sem sinnir öllum hliðum slíkra ferða og þjónustar ferðamenn á ferðalögum sínum. Markmið þessarar greinar er að kafa nánar í breytingar sem verða til þess að náttúrusinnar hætta að sækja heim áfangastaði þar sem virkjanir hafa verið reistar. Einkum verður beitt kenningum um vöruvæðingu náttúru og samfélagsgæða.

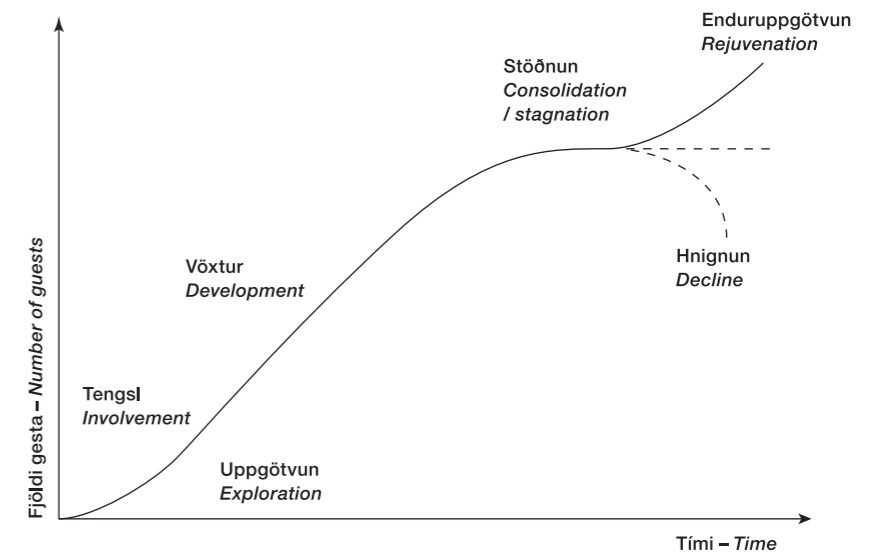
AÐGENGI AÐ ÁFANGASTÖÐUM

Forsenda ferðamennsku og ferðaþjónustu eru samgöngur.^{8,9} Án aðgengis verður áfangastaður ekki til, því að þá getur enginn sótt staðinn heim og enn síður eru forsendur til að skapa þjónustu fyrir gestina sem ekki komast þangað. Þannig hafa samgöngubætur gjörbylt möguleikum ýmissa staða um landið til að halda úti ferðaþjónustu.¹⁰

Samgöngubætur og breytingar á vegakerfi landsins breyta möguleikum ferðamanna til að velja sér áfangastaði (staðarval) og upplifun. Kjarni ferðamennskunnar er að ferðamenn eiga sér upprunastaði (fasta búsetu) og ferðast þaðan um ákveðin svæði (t.d. um háloftin í flugi eða eftir vegum í bíl) til að komast á áfangastað. Á milli þessara þriggja svæða eru vensl sem mynda það sem Leiper¹¹ kallar „kerfi ferðamennsku“ (e. *the tourism system*). Ástæður þess að fólk ferðast milli staða til afþreyingar geta verið margs konar. Þær ráðast meðal annars af innri hvötum eins og t.d. hvað fólk þykir eftirsóknarvert og hve mikla fyrirhöfn það vill leggja í ferðir sínar sem og ytri þáttum eins og tíma sem það hefur til ráðstöfunar. Að ferðast fljúgandi, akandi eða hreinlega fótgangandi felur í sér ólíka fyrirhöfn og tekur mislangan tíma. Það ræðst svo af samspili hvata og ferðamáta hvaða áhrif fjarlægðin milli uppruna- og áfangastada hefur.

Firðarfall (e. *distance decay*) er hugtak sem lýsir kjarna ferðamennskunnar og segir til um hvernig samband tveggja eða fleiri þátta veikist með vaxandi fjarlægð þeirra í millum. Firðarfallið er hægt að tjá sem $F=aD^{-b}$, þar sem F er flæðið, D er fjarlægðin og a og b eru fastar. Gildi b endurspeglar hve bratt firðarfallið er frá upprunastað, það er hversu mikil mótstaðan er. Fastinn a er stilltur af með ýmsum rannsóknum, svo sem á eðli tengsla milli uppruna- og áfangastada, gæðum samgangna og því hversu eftirsóttur eða þekktur staðurinn er. Ferðamenn meta í þessu samhengi stöðugt hvaða „hag“ þeir hafa af ferðalaginu á móti fyrirhöfn og kostnaði við ferðalagið. Mat fólks á fjarlægð, fyrirhöfn og tíma hefur mikil áhrif þegar ferðamenn velja sér áfangastað.¹²

Þetta mat fólks er í raun kjarninn í þekktasta líkani ferðamálafræðanna um „lífsferil áfangastada“ sem Richard Butler¹³ setti fram og er lýst í fimm stigum (2. mynd). Fyrst er áfangastaður uppgötvður og fyrstu ferðamennirnir heimsækja staðinn. Næst fer heimafólk að þjónusta vaxandi fjölda ferðamanna og til verða fyrstu vísar ferðaþjónustu. Síðan þróast ferðaþjónusta á staðnum og verður hagsmunadæli í samfélagi staðarins. Ferðamönnum heldur áfram að fjölga, sem og fyrirtækjum í ferðaþjón-



2. mynd. Líkan Butlers um lífsferil áfangastada.

– The Tourism Area Life Cycle (TALC) model by Butler.⁸

ustu og samkeppni eykst milli þeirra. Síðan hægir á fjölgun ferðamanna og leitast ferðaþjónustan við að styrkjast með samruna fyrirtækja, en þá er hætt við stöðnun í vöruþróun. Að lokum verður áfangastaðurinn fjöldanur að bráð þar sem mjög hefur dregið úr gæðum aðdráttarflsins. Ferðamönnum fækkar og ferðaþjónustan skilar litlum arði. Einhverjir staðir geta enduruppötvast ef sett er fjármagn í frekari uppbyggingu og í markaðsstarf.

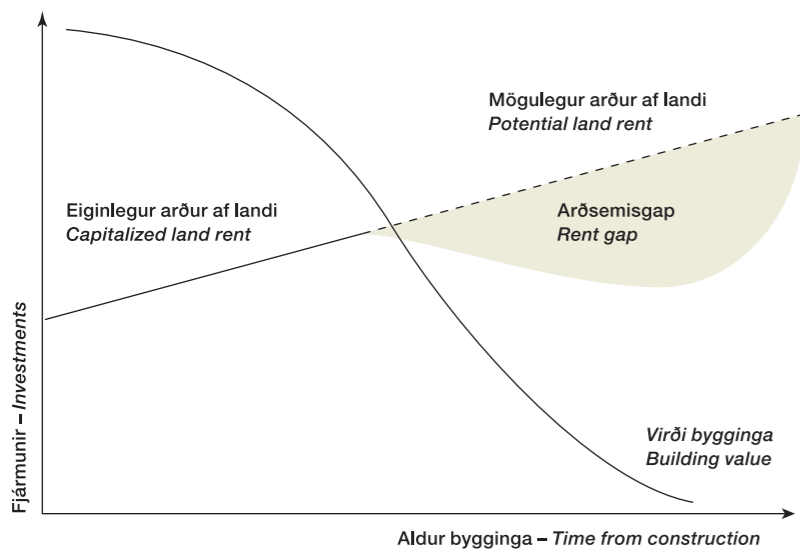
Forsenda þess að áfangastaður þróist í skilningi Butlers¹³ er aðgengi að staðnum. Aðgengileiki stýrist af fjarlægð og hún er afstæð eins og að ofan hefur verið rakið. Samspil tíma og fjarlægðar við mat ferðamanna á því hvert skal fara og hvernig best sé að komast þangað færir áfangastadina inn á kort ferðalanga eða út af því. Þannig myndast landslag ólíkra uppruna- og áfangastada sem mótast af samgöngum, því sem hefur áhrif á þróun samgangna og svo af hvötum og þörfum ferðamannanna. Þetta landslag má skoða hnattrænt, innan landa, á einstökum svæðum eða hreinlega út frá tilteknum upprunastað.

SAMHENGI ÁFANGASTAÐA OG IÐJU

Nýir áfangastaðir verða til og aðrir hverfa af korti ferðalangsins, þótt staðirnir sem slíkir eigi sér fastan sess í hnattrænu evklíðsku hnitakerfi. Segja

má að landslag uppruna- og áfangastada sé teygjanlegt og breytilegt en það heldur þó alltaf eiginleikum sínum sem samfella sem ekki rofnar.¹⁴ Venslin sem viðhalda þessari samfelli eru í stöðugri mótun og umbyltingu¹⁵ og umbreytingu þeirra stýra ráðandi valdahlutföll og -öfl í samfélaginu.¹⁶ Samfélagið verður að skilja þau vensl sem móta það, þar sem staðir eiga sér ekki beina braut til neinnar einnar skilgreindrar framtíðar.¹⁷

Rétt eins og landfræði Íslands er nokkuð fastmótuð samfella, að minnsta kosti á tímakvarða sem við getum skynjað og upplifað, komast staðir á landinu nær hver öðrum þegar samgöngur batna eða breytast. Til verður eins konar ferðakort sem er eins og kennaratyggjó sem hægt er að móta í ýmis form án þess að slíta það í sundur. Katrín Anna Lund og Gunnar Þór Jóhannesson¹⁸ rýna með þessum hætti í sköpun áfangastada á Ströndum. Þau leggja áherslu á þátttöku ferðamannanna og hið efnislega í sköpun áfangastadarins og nefna einmitt aksturinn á malarvegi norður Strandir sem dæmi um hlutverk vegarins sjálfs í mótun áfangastadarins. Þannig er það iðja ferðamanna og athafnir, auk hins efnislega, sem sveigja og beygja ferðakortið. Fjarlægðir og aðgengi eru fjarri því að vera bara spurning um hnit á korti. Tilurð áfangastada byggist á ákvörðunum sem teknar eru um það sem skal tengja saman og hvernig það er gert.



3. mynd. Arðsemisgapið í augum Smiths. – The rent gap as formulated by Smith.²⁵

Ný virkjun sem leiðir af sér mann-gerðara landslag auk vegafarmkvæmda breytir aðráttarafli áfangastaðarins og höfðar þar af leiðandi til breytts hóps ferðamanna. Oft er talað um „massatúrista“ eða hópa fólks sem koma bara til að segjast hafa komið, í stað þeirra ævintýragjörnu sem fyrstir „uppgötvuðu“ staðinn. Áfangastaðurinn færir fram um þrep í lífsferlinum (2. mynd). Hvar þetta gerist er meðal annars háð ákvörðunum um hvar skuli virkjað og hvar ekki, en slíkar ákvarðanir eru að hluta til pólitískar, þ.e. teknar á Alþingi og í sveitarstjórnunum. Áfangastaðinn ber þannig að skoða sem birtingarmynd tengsla, milli þeirra sem hafa ákvörðunarvald eða aðgengi að ákvarðanatöku stjórnmalamanna. Þar togast á ólík sjónarmið sem móta staðinn og legu hans á Íslandi og sem ákveðinn áfangastað á ferðakorti landsins.⁸ Að gera stað að áfangastað ferðamanna, þ.e. að skapa „ferðavöru“, felur óhjákvæmilega einnig í sér „virkjun“ ákveðinna ferla í samskiptum fólks í millum, sem í tilfelli ferðabjónustunnar stýrast af fjárhagslegum hagsmunum.

Þessir hagsmunir kunna að birtast okkur sem þróun byggðar, uppbygging atvinnulífs eða sem leið til að skjóta fjölbreyttari stöðum undir byggð sem stendur höllum fæti.¹⁹ Þegar öllu er á botninn hvolft þarf þó að ramma inn áfangastaðinn og skapa honum ímynd

vöru sem hægt er að miðla og selja. Samgöngur leika lykilhlutverk við að ramma áfangastaði inn. Áfangastaðurinn Ísland er til að mynda jafnan rammaður inn með áfangastöðum á hringveginum og þannig „ber“ ferðamönnum að ljúka við „hringinn“ eins og lýst er í ýmsum ferðahandbókum.

Þegar landið og áfangastaðir þess eru skilgreindir sem viðfang ferðabjónustu verður upplifun af stað (viðkomustöðum) að neyslu, sem líkt og hver önnur neysla byggist á *vöruvæðingu* (e. commodification). Þessi neysla verður hluti af hringrásum hagkerfisins, og í tilfelli ferðabjónustu skapar hún hvata til ferðalaga til landsins og áfangastaða innan þess.²⁰ Í næsta hluta verður rýnt nánar í sköpun ferðavöru, sem í samspili við aðgengi kveikir hvata til að heimsækja staði.

VÖRUVÆÐING JADARS OG VÍÐERNA

Hugmyndir fólks um Ísland hafa tekið breytingum í aldanna rás.^{21,22,23} Ímyndir norðursins, jadarins og hins framanandi hafa kerfisbundið verið nýttar í íslenskrri ferðabjónustu til að skapa virði.²⁴ Þessi vöruvæðing okkar daglega lífs, sem er gestunum framanandi, gengur hvað lengst í því að gera umhverfið sjálft að neysluvöru eða stað þar sem neysla getur farið fram án þess að fólk finni fyrir því að það skeri sig úr á nokkurn hátt við iðju sína. Umhverfi neyslunnar,

sá staður sem hún fer fram í, rennur því saman við vöruvæðinguna. Neyslan og hegðun fólks sem neytenda verður viðmið (e. *norm*). Debord áréttaði í þessum efnunum á kaldhæðnislegum nótum að það sem birtist okkur sé gott og að allt gott birtist.²⁰

Bætt aðgengi sviptir áfangastað sérstöðu sinni, eða því sem Debord kallar „raunveruleika rýmisins“. Það stytir ferðatíma og dregur úr firðarfallinu. Þannig verður áfangastaðurinn að valkosti fyrir fleira fólk en áður, fólk með annars konar væntingar eða hvata til ferðar en hinir upphaflegu ferðamenn; firðarfallið minnkar og mikilvægi einbeitts vilja til að komast á áfangastaðinn minnkar að sama skapi. Ef þetta er sett í samhengi við umræðuna hér að ofan um lífsferil áfangastaða má segja að með þroska sínum verði áfangastaðurinn, með öllum sínum sérstöku eiginleikum, að vöru með skiptagildi (e. *exchange value*) á markaði ferðabjónustu, sem í tilfelli Íslands er alþjóðlegur markaður. Áfangastaðurinn sem vara lagar staðinn að skilgreindum væntingum ferðamanna á tilteknum mörkuðum.

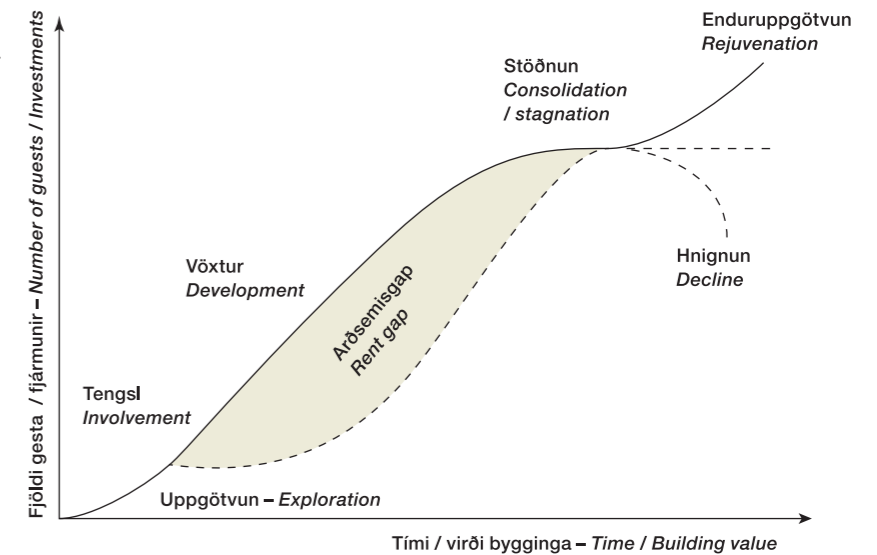
Með slíku virðismati staðar skapast það sem í borgarlandfræði hefur verið kallað *arðsemisgap* (e. *rent gap*). Neil Smith²⁵ lýsir því þannig að ráðandi öfl og fjárfestar láti svæði í miðborgum vísitandi drabbast niður og haldi fjármagni frá þeim til að skapa sér vaxandi svigrúm til arðs þegar loks er ráðist í uppbyggingu. Þessi uppbygging er kölluð öðlun (e. *gentrification*) þar sem í henni felst að þeir sem búa á hinum niðurníddu svæðum eru jafnan tekju-lágir og jadarsettir hópar, en þegar uppbygging hefst er þeim bolað burt og við taka hinir tekjuhærri og þeir sem herra sitja í samfélagsstiganum (e. *gentry*). Á 3. mynd má sjá arðsemisgapið eins og það er skýrt í samhengi við borgir og borgarskipulag.

Smith byggir hugmyndir sínar á landfræði Henris Lefebvres, sem lýsir í bók sinni *Borgarbyltingunni* (e. *The Urban Revolution*)²⁶ hvernig fasteign er orðin kjarni þess að skapa arð og allt þurfi því að fasteignavæða. Líkt og lýst var hér í inngangi er búið að hnattvæða þessa sýn þannig að það er ekki einungis eignarhald bygginga sem flæðir hindrunarlaust um allt, heldur líka fólk, og raunar allt sem getur öðlast

skiptagildi, líkt og um náttúruleg málm sé að ræða.^{27,28,29} Þessum hugmyndum er svo viðhaldið „á jörðu niðri“, ef svo má segja, þar sem gert er ráð fyrir að einstakir áfangastaðir geti krækt í þetta hnattræna flæði og skapað arð.³⁰ Breytingar á virði svæða í borgum eru ekki bara háðar fótfráu fjármagni heldur einnig kaupmætti, lánamarkaði, opinberri stefnu um nýtingu lands og ýmsu öðru. Hið opinbera leikur stórt hlutverk þegar kemur að stýringu þessa fjármagns og kemur alltaf við sögu þegar forsendur arðsemisgaps skapast í borgum.

Á víðernum birtist arðsemisgapið hins vegar þannig að í stað þess að halda fjármagni frá stöðunum þannig að þeir drabbist niður, þá myndast gapið í grunninn vegna möguleika staðar til að öðlast virði, að minnsta kosti fyrir ferðabjónustu. Darling³¹ skýrir þetta nánar og bendir á að virði lands til sveita sé endurmetið í þágu ferðamennsku og útivistar eftir að þær breytingar hafa orðið á framleiðsluháttum í dreifðum byggðum að frumvinnsla víkur fyrir þjónustuhagkerfi.³² Þannig lýsir hún, með svipuðum hætti og Smith,²⁵ hvernig fjármagn lýr sveitir með hnignandi landbúnaði og byggð, en um leið og byggðin drabbast niður skapast færi til tekjumyndunar og arðs með tilkomu gesta sem sækja í eyðibýlin og kyrrðina.

Dæmi um verðmat á víðernum með þessum formerkjum eru fyrstu þjóðgarðar í heimi. Þeir voru stofnaðir í Bandaríkjunum á seinni hluta 19. aldar utan um auðnir og óbyggðir eða svokölluð víðerni.³³ Alfred Runte³⁴ bendir á að ástæðan fyrir því að fámennum hópi náttúruverndarsinna hafi tekist að vernda þessi svæði hafi verið sú að á þeim tíma hafi svæðin ekki verið talin hafa neitt efnahagslegt virði (t.d. til námugraftar, landbúnaðar eða skógarhöggs), þ.e. verið einskis virði í hefðbundnum efnahagslegum skilningi.³⁵ Hins vegar lá til grundvallar annað mat þar sem fjöll og villt náttúra voru dásömuð samkvæmt rómantísku stefnunni á 19. öld. Þessi fyrirbæri teljast einnig verðmæt fyrir náttúruferðamennsku nú á tímum.^{36,37,38} Í því samhengi eru gæði víðerna gjarnan metin út frá tvennu; annars vegar út frá því hversu náttúrulegt umhverfið er og hins vegar út frá því hversu óaðgengilegt



4. mynd. Lífsferill áfangastaða og arðsemisgapið. Brotalína sýnir arðsemi, heil lína fjölda ferðamanna. – Butler's TALC model combined with the rent gap. Broken line represents possible rent, the whole line number of visitors.

svæðið er. Gæði, og þar með mögulegt virði víðerna, eru þannig talin aukast eftir því sem svæði eru náttúrulegri og óaðgengilegri (2. mynd).^{39,40}

Í fyrstu þjóðgördunum komu snemma upp árekstrar milli verndargildis víðernanna og afþreyingargildis þeirra. Til dæmis vildu fyrirtæki í ferðabjónustu og fólksflutningum bæta aðgengi að víðernunum með vegum, járnbrautum og stígum og selja sem flestum ferðir þangað.^{35,41} Það að selja einveru þótti því ekki góð viðskiptahugmynd fyrir ferðabjónustuna, þ.e. þá sem sjá um fólksflutninga, bjóða gistiþjónustu eða hagnast með öðrum hætti af því að þjónusta mikinn fjölda ferðamanna. Aftur á móti hafði verðgildi víðerna án mannvirkja og með mjög takmörkuðu aðgengi aukist fyrir aðrar tegundir ferðabjónustu, svo sem fyrirtæki sem gera út á gönguferðir þar sem gengið er með allan farangur á bakinu og ferðalangar leita eftir sem mestum víðernum.

Þegar um víðerni er að ræða þarf þannig ekki að halda fjármagni frá áfangastaðnum til að skapa arðsemisgap, hugmyndin um víðerni hefur þegar gert það. Gapið er til staðar þegar tækifæri til virðissköpunar myndast, til dæmis ef ferðamenn fara að sækja svæðið heim.³¹

Mælikvarðar um raunverulegan eða mögulegan arð af lítt röskuðu náttúru-

svæði liggja ekki fyrir og þá þarf að skoða í hverju tilfelli fyrir sig. Slater⁴² bendir á að kjarni kenningarinnar um arðsemisgapið felst í að virði sé afsprengi þeirrar vinnu sem framkvæmd er á svæðinu. Það er að segja: Landið öðlast ekki virði vegna utanaðkomandi þátta sem ekki tengjast eðli þess.

Ekki hefur mikið verið skoðað hvaða vinna, og hvar, fer í öðlun náttúrulegra svæða. Einstaka rannsóknir hafa verið gerðar á landbúnaðarsvæðum, strandsvæðum⁴³⁻⁴⁷ og eyjum.^{48,49} Öðlun víðerna hefur hins vegar lítið sem ekkert verið rannsökuð.

Grundvöllur öðlunar er arðsemisgapið. Rannsóknir á myndun arðsemisgaps á áfangastöðum ferðamanna þurfa að beinast að því hverjir skapa áfangastadina og ætla sér að hagnast á þeim. Rannsakendur þurfa að leitast við að svara spurningum eins og þeim hverjir eiga fjármagnið sem fer í framkvæmdir, hverjir móta stefnuna og hvernig hagsmunatengslin eru. Með öðrum orðum: Hverjir sjá hag sinn í að skapa landinu skiptagildi og hvernig má ætla að þeir hagi sér við það?⁴²

Með bættu aðgengi opnast staðir fleiri og fjölbreyttari hópum ferðamanna og höfða því til fjölbreyttari hvata ferðamanna. Þar með skapast tækifæri fyrir fjárfestingar í ferðabjónustu á staðnum, og þær fylla þá mögulega arðsemisgapið. Svæðin öðlast virði

1. tafla. Tegund gagna, staðir gagnaöflunar og tímabil. – Data collected, where and when.

	Hengilssvæðið (A)	Hvalárvirkjun (B)	Virkjunarhugmyndir í 3. áfanga rammaáætlunar (C) <i>Energy utilization proposals from the third The Master Plan for Nature Protection and Energy Utilization</i>
Tegund gagna <i>Type of data</i>	Spurningakönnun (1.135 gild svör) <i>Survey, 1,135 valid responses</i>	15 hálfstöðluð viðtöl <i>15 semi-structured interviews</i>	Spurningakönnun (2.075 gild svör) og 63 hálfstöðluð viðtöl <i>Survey, 2,075 valid responses and 63 semi-structured interviews</i>
Staðir <i>Locations</i>	Nesjavellir, Dyradalur, Reykjadalur	Ófeigsfjörður og Strandir norðanverðar	Spurningakönnun við (<i>Surveys at</i>) Aldeyjarfoss, Hagavatn, Nýjadal, Hólaskjól og við Seltún og Trölladyngju á Reykjanesskaga, auk Skagafjarðar. Viðtöl í (<i>interviews in</i>) Skagafirði, Skaftárhreppi, Bláskógabyggð, Suður-Þingeyjarsýslu, á höfuðborgarsvæðinu (<i>capital area</i>) og Akureyri
Tímabil <i>Period</i>	Sumar 2017 <i>Summer 2015</i>	Haut 2015 <i>Autumn 2015</i>	Sumar 2015 og vor 2016 <i>Summer 2015 and spring 2016</i>

fyrir ferðaþjónustuna, þau „vöruvæð-ast“, en verða jafnframt einsleitari og missa sérstöðu sína. Hættan er sú að áfangastaðir öðlist eingöngu skiptagildi á hnattvæddu markaðstorgi ferðaþjónustu. Á 4. mynd er 2. og 3. mynd rennt saman til að skýra samspilið milli lífsferils áfangastaða og arðsemisgapsins. Þar má sjá hvernig tækifæri til arðsemi af ferðaþjónustu eru hvað mest þegar áfangastaður er við það að mynda tengsl sín við mögulega gesti og vaxa. Dæmi um þetta má sjá í vexti íslenskrar ferðaþjónustu undanfarin ár. Hins vegar er áskorunin sú að skilja hverjir hafa hag af því að fylla arðsemisgapið í tilfelli hvers áfangastaðar, hvernig það er gert og hvaða afleiðingar það hefur. Áskorunin fyrir ferðaþjónustuna hér á landi hlýtur að vera sú að forðast stig massatúrisma eða fjölduferðamennsku og þannig stig hnignunar samkvæmt líkani Butlers. Það telur Debord þó óhjákvæmilegt um alla áfangastaði ferðamanna, þ.e. að þeir verði að lokum staðleysur hins hreina skiptagildis.

GÖGN OG AÐFERÐIR

Tvö svæði verða hér sérstaklega rýnd til að skilja betur þær breytingar sem verða á eðli áfangastaða ferðamanna í náttúru Íslands með bættu aðgengi í kjölfar virkjunarframkvæmda. Annars vegar verða rýnd gögn sem aflað var sumarið 2017 meðal gesta á Hengils­svæðinu (A). Þar var lagt mat á áhrif fyrirhugaðra virkjana á upplifun gesta, útivist og ferðahegðun. Hins vegar er byggt á matsskýrslu Verkíss um Hval­árvirkjun í Ófeigsfirði¹ og rannsókn

á áhrifum virkjunarinnar á ferða­mennsku og útivist (B).⁵⁰ Þessar tvær nýlegu rannsóknir verða settar í sam­hengi við röð fyrri rannsókna um áhrif virkjunarframkvæmda á ferðamennsku og útivist vegna vinnu við 3. áfanga rammaáætlunar (verndar- og orkunýt­ingaráætlunar) (C). Fjórar af virkjun­arhugmyndunum sem þar um ræðir eru í Skjálfandafljóti, Þrjár í Skagafirði, tvær á Sprengisandi, tvær á Reykjanesskaga, ein í Skaftá og ein við Hagavatn. Kannanirnar sem gerðar voru meðal ferðamanna eru þeim annmarka háðar að þær eru gerðar að sumri til og lýsa því einungis viðhorfi þeirra sem fara um viðkomandi svæði á sumrin. Yfirlit gagna má sjá í 1. töflu.

Síðastnefnda gagnasafnið (C) sam­anstendur af tvenns konar gögnum. Annars vegar var spurningakönnun lögð fyrir ferðamenn við Aldeyjarfoss, Hagavatn, Nýjadal, Hólaskjól, og Seltún og Trölladyngju á Reykjanesskaga, auk Skagafjarðar. Gagnasöfnun hófst um miðjan júlí 2015 við Seltún og lauk um miðjan ágúst við Skjálfandafljót og var listunum dreift í 5–7 daga á hverjum stað. Einn spyrill dreifði spurninga­listum til ferðamanna á áfangastöð­unum að jafnaði allan daginn. Alls fengust 2.075 útfylltir spurningalistar. Flest svör fengust frá ferðamönnum við Seltún, eða 751, en fæst við Nýjadal, eða 88 svör. Samantekt þessara kannana má sjá í skýrslu Önnu Dóru Sæþórsdóttur, Birgittu Stefánsdóttur og Þorkels Stef­ánssonar.⁵¹ Hins vegar voru tekin hálf­stöðluð viðtöl í byrjun árs 2016 við 63 ferðaþjónustuaðila á sex svæðum: 19 í

Skagafirði, 17 á höfuðborgarsvæðinu, 8 í Skaftárhreppi, 6 í Bláskógabyggð, 7 í Suður-Þingeyjarsýslu (Norðurþingi, Þingeyjarsveit og Skútustaðahreppi) og 6 á Akureyri. Viðmælendur voru valdir með markvissri úrtaksaðferð þar sem leitast var við að tala við þá sem hafa beinna hagsmuna að gæta á því svæði þar sem viðkomandi virkjun gæti haft áhrif. Slíkir hagsmunir eru einkum taldir felast í því að vera með ferðir um svæðið eða reka gistingu í næsta nágrenni við það. Ýtarlega greiningu á niðurstöðum úr þessum rannsóknum má sjá í sex útgefnum skýrslum, einni um hvert svæði.⁵²⁻⁵⁷

Gögnin um áhrif virkjunar Hvalár á ferðamennsku og útivist (B) byggjast á 15 hálfstöðluðum viðtölum frá tímabil­inu 27. október til 27. nóvember 2015, þar af fimm við ferðamenn og átta við ferðaþjónustuaðila. Tveir viðmæl­endur féllu ekki beint í þessa flokka. Byggt var á fimm fyrirfram ákveðnum þemum: 1) núverandi starfsemi/reynsla af ferðamennsku, 2) núverandi aðdrátt­arafl svæðisins, 3) framtíðaráform og væntingar, 4) núllkostur, þ.e. framtíð svæðisins án virkjunar og 5) viðhorf til fyrirhugaðrar Hvalárvirkjunar. Auk þess var viðmælendum veitt rými til að bæta við eigin sjónarmiðum eða annarri reynslu eða viðhorfum.⁵⁰

Sumarið 2017 var aflað gagna um ferðamenn yfir þrjú tímabil, 1. júní til 6. júlí, 7. júlí til 10. ágúst og síðast 11. ágúst til 15. september á Hengilssvæð­inu (A) og lýsandi tölfraedi unnin úr þeim á vegum Rannsóknamiðstöðvar Háskólans á Akureyri (RHA). Gögnum

var safnað álíka marga virka daga og helgidaga á öllum þremur tímabilunum á hverjum þeirra þriggja staða sem athyglinni var beint að, þ.e. á Nesja­völlum, í Reykjadal og Dyradal. Alls fengust 1.135 svör, 393 í Reykjadal, 375 á Nesjavöllum og 367 í Dyradal. Ýtarlega er rýnt í niðurstöður þessarar könnunar í skýrslu Edwards H. Huijbens, Evu Halapi og Heiðu Aðalsteinsdóttur.⁵⁹

ÁHRIF VIRKJANA Á FERÐA­MENNSKU OG ÚTIVIST

HVALÁ Í ÓFEIGSFIRDI

Fyrirhugað framkvæmdasvæði vegna virkjunar Hvalár er að langmestu leyti óraskað náttúrusvæði (1. mynd). Af þeim sökum taldi Skipulagsstofnun mikilvægt að athugun meðal ferða­manna sem nú sækja svæðið heim og þeirra aðila sem starfa þar í ferða­þjónustu yrði hluti mats á umhverfis­áhrifum virkjunarinnar. Flestir þeir sem nú fara um svæðið eru Íslendingar, þótt erlendum gestum fjölgi í takt við fjölgun þeirra hingað til lands.⁵⁰ Svæðið verður því að teljast á stigi uppgötvunar þegar miðað er við lífsferilslíkan Butlers (2. mynd).

Greining Hjalta Jóhannessonar⁵⁰ byggist á rófi útivistarmöguleika. Hann segir:

Með tilkomu Hvalárvirkjunar breytir sá hluti Árneshrepps sem nyrst liggur, þ.e. Ófeigsfjörður, um eðli, a.m.k. hvað landslagsþáttinn varðar þar sem landslagið færist fjær því að teljast náttúrulegt yfir í að vera meira mann­gert með áherslu á nýtingu náttúru­auðlinda. Það færi því nær því að telj­ast til dreifbýlis ... sem aftur þýðir fleiri gestir, sem dregur úr viðernisupplifun af svæðinu.

Hjalti segir samhljóm milli ferða­manna og aðila í ferðaþjónustu um aðdráttarafl svæðisins. Þá megi sjá

að áhersla ferðamanna er heldur meiri á aðdráttaraflíð sem fámennið og rólegheitin hafa, tengingin við horfinn tíma, yfirbragð eyðibygðar og friðlandið á Hornströndum.

Hann bendir á að aðilar í ferðaþjónustu

... staldri[j] gjarnan við aðgengi að norðanverðum Ströndum í tengslum við umfjöllun um aðdráttarafl svæðis­ins. Aðgengið verður að teljast miður gott, sérstaklega fyrir íbúana sem þurfa allt árið að reiða sig á Stranda­veg nr. 643 sem er að mestu leyti gamall malarvegur.

Hann bætir við: „Samgöngur og aðgengi að svæðinu runnu eins og rauður þráður gegnum flest samtöl við viðmælendur, einkum ferðaþjón­ustuaðila sem búa á staðnum“. Tak­markað aðgengi hamlar þannig vexti greinarinnar að mati viðmælenda en um leið skerpir það sérstöðu svæð­isins, sérstöðu sem ferðamenn telja mikilvæga þegar þeir tjá upplifun sína. Snorri Baldursson,⁵⁸ þá formaður Landverndar, segir í aðsendri grein í Kjarnanum:

Að mati þess sem hér heldur um penna mun ... sérstaða landsvæðis­ins ... hverfa að meira eða minna leyti þegar Hvalárvirkjun er risin með til­heyrandi veitum, uppistöðulónum og upphækkuðum vegum.

Í matsskýrslu Verkíss um Hval­árvirkjun í Ófeigsfirði¹ er efnið frá Hjalta Jóhannessyni sett í víðara sam­hengi umhverfisáhrifa virkjunarinnar. Þegar kemur að ferðamennsku og úti­vist draga skýrsluhöfundar svo saman: „... í hugum flestra ferðamanna um svæðið er aðdráttarafl þess einmitt að svæði[ð] hefur yfirbragð eyðibygðar“. Jafnframt segir að „ferðamenn frá þétt­býlli stöðum“ vilji gjarna „njóta svæð­isins eins og það er, náttúran tiltölu­lega ósnortin af athöfnum mannsins, fámenni og rólegt yfirbragð“.

Þegar kemur að mati á áhrifum Hval­árvirkjunar á ferðamennsku og útivist er ljóst að heimafólk telur jákvætt að svæðið verði aðgengilegra og auð­veldara yfirferðar. Að sama skapi er bætt aðgengi talið neikvætt fyrir núver­andi ferðamennsku, sem snýst um að komast á svæði „sem nær inn á skil­greint svæði óbyggðra víðerna og sem hefur að geyma mikla sögu og náttúru sem ferðamenn sækjast eftir“.¹

Tímarit Hins íslenska náttúrufræðifélags

HENGILSSVÆÐIÐ

Þeir sem stunda útivist á Hengils­svæðinu eru einkum Sunnlendingar og íbúar höfuðborgarsvæðisins, sem og erlendir ferðamenn. Svæðið er mjög aðgengilegt og þar er nokkuð af þjón­ustuinnviðum, sem og sýnilegum virkj­unarmannvirkjum (5. mynd), og má það teljast, líkt og Ísland almennt, á stigi „vaxtar“ þó að engir fastir fjölda­mælikvarðar liggi því til grundvallar (2. mynd).⁵⁹

Þegar svör við spurningum um upp­lifun gesta á Hengilssvæðinu eru greind má sjá að gestirnir voru ánægðir með dvölina og náttúru svæðisins og þeir töldu svæðið jafnan mjög náttúrulegt, kyrrt, aðgengilegt, fallett og áhrifa­mikið. Svarendur gáfu aðgengi einkunn­ina 4,5 af 5 mögulegum og töldu svæðið þannig mjög aðgengilegt. Marktækur munur er á skoðun gestanna á aðgengi að svæðinu eftir aldri, því hvort fólk hefur ferðast áður um svæðið og hvaða starfi það gegnir. Þannig töldu 36–45 ára svarendur svæðið aðgengilegra en aðrir aldurshópar og það sama gildir um þá sem hafa komið áður á svæðið. Þeim sem gegndu „öðrum störfum“ en skil­greind voru í könnuninni fannst svæðið síður aðgengilegt en öðrum hópum. Ekki er marktækur munur á viðhorfum svarenda eftir því hvort þeir stunduðu útivistina í Dyradal, Reykjadal eða á Nesjavöllum.⁵⁹

Könnunin leiddi einnig í ljós að þótt þorri svarenda hefði tekið eftir mann­virkjum á leið sinni um svæðið drógu þau ekki úr jákvæðri upplifun þeirra af svæðinu. Þorri svarenda taldi einnig að ekki vantaði neina innviði fyrir ferða­menn á Hengilssvæðinu. Undantekn­ingar hér voru íslenskir svarendur, þeir sem höfðu komið á svæðið áður, þeir sem dvöldust stutta stund á svæðinu og þeir sem voru í Dyradal og Reykjadal. Meirihluti þeirra svarenda taldi að inn­viði vantaði og þá helst salerni og betri upplýsingagjöf, sem og að bæta þyrfti stíga eða vegi. Ákveðnir hópar úti­vistariðkenda á Hengilssvæðinu töldu jafnframt að ganga ætti lengra í þágu útivistar og ferðaþjónustu en nú er gert, ef byggja ætti frekari mannvirki á svæð­inu á annað borð. Þannig má segja að nú þegar sé komin hefð á byggingar og innviði á svæðinu og þol gesta hafi því vaxið gagnvart þeim.⁵⁹



5. mynd. Hellisheiðarvirkjun séð úr Hellisskarði. – The Hellisheiði Power Station seen from the mountain pass Hellisskarð SW-Iceland. Ljósmynd: Anna Dóra Sæþórsdóttir.

Hengilssvæðið er ólíkt fyrirhuguðu virkjunarsvæði kringum Hvalá að því leyti að aðgengi að svæðinu er mjög gott, á því hefur þegar verið virkjað umtalsvert og ummerki mannvistar eru sýnileg um allt. Fleiri en fjórum af hverjum fimm svarendum á Hengilssvæðinu (83,8%) fannst að hugtakið víðerni/ósnortin náttúra gæti ekki náð yfir svæði ef þar væru mannvirki til staðar. Heldur fleiri (86,8%) sögðust hafa orðið varir við mannvirki á leið sinni um svæðið. Hins vegar fannst nær öllum svarendum á svæðinu (97,4%) víðerni/ósnortin náttúra vera hluti af aðráttarflí svæðisins. Í svörum er því að finna ákveðna þversögn, þ.e. þorri svarenda upplifir svæðið sem víðerni og ósnortna náttúru þrátt fyrir að hafa orðið varir við sýnileg mannvirki.⁵⁹ Þessa þversögn þarf að rýna betur og kann niðurstaða þeirrar skoðunar að verða birt síðar í Náttúrufræðingnum.

VIRKJUNARHUGMYNDIR TIL UMFJÖLLUNAR Í 3. ÁFANGA RAMMAÁÆTLUNAR

Erlendir ferðamenn voru í miklum meirihluta á flestum stöðunum sem voru til skoðunar í tengslum við 3. áfanga rammaáætlunar (gögn C), nema við Trölladyngju þar sem Íslendingar

voru tæplega 80% gesta (6. mynd). Ferðamennirnir voru ánægðir með heimsókn sína á svæðin. Svarendur töldu svæðin almennt vera mjög náttúruleg og þeir töldu að víðerni væru mikilvægur hluti af aðráttarflí þeirra, en einnig feður náttúrunnar almennt og það að þar væru fáir ferðamenn. Ferðamennirnir töldu öll stærri mannvirki óæskileg á svæðunum en æskilegt að hafa þar fjallaskála, salerni, tjaldsvæði og malarvegi. Slitlagðir vegir og heilsársvegir voru óæskilegir að mati meira en helmingis svarenda á hálendissvæðunum, en á láglandi þóttu slíkir vegir æskilegir. Skoðanir ferðamanna við Seltún voru að þessu leyti ólíkar skoðunum ferðamanna á öllum öðrum svæðum, og voru þeir jákvæðari gagnvart hvers konar mannvirkjum.

Að mati meirihluta þeirra ferðafjónustuaðila sem rætt var við í rannsókninni fara orkuvinnsla og ferðafjónusta illa saman, því að orkuframleiðsla rýrði gildi svæða til náttúruskoðunar. Nokkrir viðmælenda töldu ferðamennsku og raforkuframleiðslu geta farið saman og rökstuddu það með því að vísa í að ferðafjónustan nyti góðs af vegarlagningu vegna virkjunarframkvæmda. Nefnd voru dæmi um virkjunarvegi

sem ferðafjónustan hefði notið góðs af, svo sem Nesjavallavegur, vegurinn að Kárahnjúkavirkjun og vegurinn að Kröflu. Góður vegur dygði þó ekki einn og sér. Huga þyrfti að öðrum þáttum, svo sem að takmarka lýsingu frá virkjunum, t.d. vegna norðurljósaferða, og að gott samráð væri haft við ferðafjónustuna almennt.⁵⁷

Í nokkrum tilfellum komu fram ólík sjónarmið í viðtölum við stjórnendur ferðafjónustufyrirtækja í Reykjavík og á landsbyggðinni, sér í lagi hjá þeim sem seldu gistiþjónustu. Mikill meirihluti ferðafjónustuaðila í Reykjavík taldi að ekki ætti að bæta aðgengi að hálendinu. Þótt sumir teldu að kannski mætti laga vegina svölitið þá mætti ekki gera þá fólkubílafæra. Lélegir vegir héldu fjöldanum burtu og sköpuðu þar með ákveðna eftirsóknarverða upplifun. Svæðið gæti þar með höfðað til ákveðins markhóps, þ.e. þeirra sem vildu komast út úr mannmergðinni á hringveginum, sér í lagi á Suðurlandi. Sumir ferðafjónustuaðilar á landsbyggðinni töldu bætt aðgengi vera til góðs því að þá mætti ætla að ferðamönnum fjölgaði á svæðunum og að ferðamannatímabilið lengdist hugsanlega.⁵⁷



6. mynd. Borteigur og borhola sunnan við Sog og Trölladyngju á Reykjanesi. – A well pad and well south of the Sog area within the Trölladyngja geothermal field on the Reykjanes Peninsula, SW-Iceland. Ljósmynd: Anna Dóra Sæþórsdóttir.

SAMANTEKT

Í þeim þremur gagnasöfnum sem hér hafa verið rýndir kemur fram að þar sem búid er að virkja og skapa aðgengi er orðinn til hópur útivistar- og ferðamanna sem færa víðernishugmyndina einfaldlega yfir á það svæði þar sem þeir er staddir (Hengilssvæðið og Reykjanes-skagi). Upplifun af víðerni er þannig orðin að neysluvöru sem ferðamenn gefa nýja merkingu, byggða á fyrirframgefni ímynd sem ferðafjónustan og fleiri hafa skapað af áfangastaðnum Íslandi. Líkt og Debord²⁰ benti á: Allt sem birtist okkur er gott og allt gott birtist. Þar sem ekki hefur verið ráðist í neinar framkvæmdir og aðgengið er erfitt (t.d. Hvalá, Hagavatn og Skjálfafljót), kemur í ljós að núverandi staða svæðisins í hugum gesta og heimafólks, eyðibyggt og kyrrt, þ.e. víðernishugmyndin í sinni ómengudustu mynd, er nákvæmlega sú hugmynd sem notuð er til að réttlæta bætt aðgengi svo að fleiri megi njóta. Í rannsóknnum vegna 3. áfanga rammaáætlunar sést að staðirnir hafa helst aðráttarflí sökum víðerniseiginleika og yfirbragðs lítt raskaðrar náttúru, en Seltún sker sig úr hvað varðar þol gestanna gagnvart mannvirkjum,

enda hefur hvað mestu verið raskað þar, meðal annars vegna rannsókna í þágu virkjunarframkvæmda. Það svæði er því hægt að bera saman við niðurstöður af Hengilssvæðinu, enda eru viðhorf ferðamanna á þessum svæðum keimlík.

SÉRSTAÐA ÁFANGASTAÐA

Aðgengi er grundvallarforsenda ferðamennsku og þar með ferðafjónustu, en aðgengi verður jafnframt að skoða í samhengi við ferðahvata og hvaða tegund ferðafjónustu það er sem til álita kemur að byggja upp. Spyrja má hvað verður um stað í hnattvæddum heimi sem væri öllum alltaf jafn aðgengilegur. Hvað verður um ferðalög ef þau gerast algerlega án allra vandkvæða, fjarlægða eða tíma, og aðgengi er það sama á alla áfangastaði? Ljóst má vera að með hindrunarlausu aðgengi glata staðir sérstöðu sinni og aðrir hvatar verða til þess að fólk heimsækir þá. Hvatinn til ferðalaga samþættist samgöngum með því að skapa upplifun, sem er kjarni þess að skapa ferðavöru. Katrín Anna Lund, Kristín Loftsdóttir og Michael Leonard⁶⁰ lýsa því hvernig eitt stærsta ferðafjónustufyrirtæki landsins, Icelandair, mótast Ísland sem

ferðavöru. Áherslan er lögð á hraða og hvað ferðin er einföld, og væntanlegir viðskiptavinir eru hvattir til að komast yfir sífellt fleiri staði til að haka við þá á eigin ferðakorti. Með auknum hraða og þægilegri ferðalögum fá gestir ekki tækifæri til að upplifa samspil aðgengis og eigin hvata og þeir gera vöruímyndina að sinni til að lýsa eigin upplifun. Hluti af vöruímynd Íslands hverfist um víðernishugmyndina og er hún forsenda arðsemisgaps á áfangastaðum ferðamanna hér á landi. Rétt eins í borgunum er mikilvægt að gera grein fyrir og rýna nákvæmlega hverjir ætla sér að hagnast á því að fylla þetta gap og hvernig það á að gera. Því verður að spyrja: Hverjir eiga fjármagnið og hagnast á framkvæmdum, og hverjir móta stefnuna sem leyfir það?

Debord vill meina að „varan“ sé nú um stundir það eina sem við sjáum og skiljum.⁶¹ Þegar kemur að víðernum landsins neyðist ferðafjónustan til að vinna innan ramma sem hún skapaði ekki sjálf. Til þessa hefur aðgengi aðeins að mjög takmörkuðu leyti verið skapað fyrir ferðafjónustu eða í þágu áfangastaða, heldur hafa vegir jafnan orðið til eftir á, í kjölfar mannvirkjagerðar. Þegar

uppbygging vega í tengslum við virkjanir er á þennan hátt lögð til grundvallar bættu aðgengi og þetta aðgengi er talið ferðaþjónustunni til tekna verður áfangastaðurinn sérstöðulaust viðfang, tæknilegt framkvæmdaratriði. Að sitja á endanum uppi með slíkt verðmætamat á ferðamannastað er áhyggjuefni þar sem þannig eru slitin öll þau vensl sem móta staðinn. Með því að slíta þessi vensl öðlast allar breytingar á stað lög-mæti í sjálfu sér, þær verða sjálft markmiðið.⁶² Í tilfelli víðerna og framkvæmda þar fer málið að snúast um aðgengi aðgengisins vegna.

Áfangastaðir sem eru tengdir með vegum og greindir eftir á sem áhuga-verðir staðir, þeir verða þannig hluti þeirra markmiða sem birtast til dæmis í auglýsingum Icelandair, þar sem óþægindum sem felast í upplifun af rými, tíma og stað hefur verið eytt. Til þess að forðast þessi örlög, viðhalda anda viðkomandi staðar og sérstöðu víðerna á Íslandi verður ferðaþjónustan sjálf á hverjum stað að taka yfir feril vöruvæðingar með því að skapa vöru úr kostum hvers svæðis. Bent hefur verið á aðrar hugmyndir um landnýtingu í Ófeigsfirði, svo sem að gera landið að þjóðgarði⁶⁸ eða áfangastað vel skipulagðra göngu- og sjóferða og menntaferðaþjónustu (e. *academic tourism*) fyrir erlenda nema.⁶³ Þessar hugmyndir snúa að uppbyggingu á forsendum byggðarlagsins, sögu þess og sérstöðu, ekki síst uppbyggingu sem gefur innsýn í sambúð manns og náttúru fyrr og nú. Hér er sleginn sá tónn sem glymur nú sífellt herra um hve samofin við erum umhverfi okkar.⁶⁴ Hugmyndir um uppbyggingu á forsendum ferðaþjónustu og sérstöðu hvers staðar má einnig lesa út úr rannsóknum rammaáætlunar þar sem talað er um að lélegir vegir haldi fjöldanum burtu og skapi þar með ákveðna eftirsóknarverða upplifun. Áhersla á samspil aðgengis og hvata, sem og sérstöðu staða, þýðir að við þurfum að gera ráð fyrir skapandi innleggi ferðamanna, horfa til þess hvað þeir líta á sem eftirsóknarverða áfangastaði og hvernig þeir gera það, og rýna hvernig sú sýn mótar hugmyndina um áfangastaðinn Ísland. Með því að gera ráð fyrir innleggi ferðamanna og með því að setja ferðaþjónustu í forgrunn er hægt að auka vægi náttúruverndar og

búsetusjónarmiða og skapa áfangastaði á forsendum ferðamanna og heimafólks. Til að ná hylli ferðamanna verður ferðaþjónustan þó að vöruvæða viðkomandi áfangastað og því er hætta á að atvinnugreinin leiki tveimur skjöldum þegar kemur að náttúruvernd.

Þá þyrfti að rannsaka hvernig mat á umhverfisáhrifum vegna virkjunarframkvæmda gæti litið út ef markmiðið er að ná raunverulega utan um náttúruupplifun gesta, sem og væntingar heimafólks, án þess að vöruvæða og markaðssetja náttúru. Það er efni í aðra grein og frekari rannsóknir.

Íslensk víðerni og lítt röskuð náttúra er það sem íslensk ferðaþjónusta selur; kjarninn í ímynd landsins og meginhvati gesta sem hingað koma. Hefðbundin sýn í ferðaþjónustu væri sú að til að þessi vara skili sem mestum arði þurfi að skapa að henni sem best aðgengi. En því meira sem aðgengið er, þeim mun hraðar missir varan sérstöðu sína. Einnig er hægt að byggja vörur á óaðgengileika og sérstöðu, en til þess þarf ferðaþjónustan sjálf að hafa frumkvæði. Ef virkjunaraðilar verða leiðandi drifkraftur í að skapa aðgengi að víðernum og lítt röskuðum náttúrusvæðum er ljóst að smám saman grefur undan sérstöðu þessara svæða. Ferðaþjónustan sjálf þarf að hafa forystu um það hvernig aðgengið þróast á forsendum þeirrar vöru sem skal bjóða á hverjum stað. Greinin þarf því að vera forvirk, móta sér stefnu um nýtingu lítt raskaðra náttúrusvæða og víðerna og láta ekki ginnast af gylliböðum um aðgengi aðgengisins vegna. Víðerni eru hins vegar vandmeðfarin auðlind fyrir ferðaþjónustuna og verða auðveldlega vöruvæðingu að bráð með of miklum fjölda ferðamanna.

ABSTRACT

HARNESSING DESTINATIONS. THE ROLE OF IMPROVED ACCESS DUE TO ENERGY UTILIZATION IN MAKING FOR A TOURIST DESTINATION

This article details the changes wrought on destinations in Icelandic nature as access to them is improved when energy resources there are harnessed. Energy installations, be they hydro or geopower, are usually accompanied by road infrastructure improvements improving access to till then wilderness

areas. This fact is generally publicised as a positive side effect for tourism and recreation. Studies however show that wilderness destinations that become accessible like this will appeal to certain types of tourists and repel others. The aim of this article is to add depth to these studies by exploring the dynamics of destination changes due to power plant development. Literature on the commodification of nature and social goods will be analysed and exemplified in current energy development proposals in Iceland. The article builds on available research analysing the impact on tourism and recreation of energy development of the Hengill area near Reykjavík, and proposed power plant in Ófeigsfjörður, NW-Iceland, and several proposals studied in the third phase of the master plan for geothermal and hydropower development in Iceland. That analysis along with relevant literature underpins the finding that the tourist industry itself should best guide where access is to be promoted. If not wilderness sites will lose their aura of uniqueness. At the same time the tourist industry must recognise its own role in the commodification of wildernesses and thus the industry's dual edged role when it comes to nature protection.

HEIMILDIR

1. Arnór Þ. Sigfússon, Áki Thoroddsen, Áslaug K. Aðalsteinsdóttir, Elín Vignisdóttir, Hugrún Gunnarsdóttir, Snorri Gíslason, Snorri P. Snorrason, Þorbergur S. Leifsson & Þórhildur Guðmundsdóttir 2016. Hvalárvirkjun í Ófeigsfirði: Matsskýrsla. Verkis, Reykjavík. (Vitnað til bls. ii; 100; 142; 100.)
2. Anna Dóra Sæþórsdóttir 2010. Planning nature tourism in Iceland based on tourist attitudes. *Tourism Geographies* 12(1). 25–52.
3. Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar 2015. Vegvisir í ferðaþjónustu. Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið og Samtök ferðaþjónustunnar, Reykjavík. 28 bls. (Vísað til bls. 18.)
4. Martin, B.S. & Uysal, M. 1990. An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism lifecycle: Management and policy implications. *Journal of Environmental Management* 31. 327–333.
5. Butler, R.W. 1997. The concept of carrying capacity for tourism destinations: Dead or merely buried? Bls. 11–21 í: *Tourism Development: Environmental and Community Issues* (ritstj. Cooper, C. & Wanhill, S.). John Wiley & Sons, Chichester.
6. Sharpley, R. & Stone, P.R. (ritstj.) 2009. The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism. Chanel View Publications, Bristol. 296 bls.
7. Yankovska, G. & Hannam, K. 2014. Dark and toxic tourism in the Chernobyl exclusion zone. *Current Issues in Tourism* 17 (10). 929–939.
8. Edward H. Huijbens & Gunnar Þór Jóhannesson 2013. Ferðamá á Íslandi. Mál og menning, Reykjavík. 323 bls. (1. mynd sjá bls. 87.)
9. Page, S. 2009. Transport and tourism. Prentice Hall, Harlow. 224 bls.
10. Þóroddur Bjarnason & Edward H. Huijbens 2014. Stefna íslenskra stjórnvalda og vöxtur ferðaþjónustu á jaðarsvæðum: Áhrif Héðinsfjarðarganga í Fjallabyggð. Stjórnmal og stjórnsýsla 10 (2). 567–588. (Vísað til bls. 572.)
11. Leiper, N. 1979. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research* 6 (4). 390–407.
12. Hall, C.M. 2006. Space-time accessibility and the tourist area cycle of evolution: The role of geographies of spatial interaction and mobility in contributing to an improved understanding of tourism. Bls. 83–100 í: *The tourism area life cycle: Conceptual and theoretical issues* (ritstj. Butler, R.). Channel View Publications, Clevedon.
13. Butler, R.W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24. 5–12.
14. Wylie, J. 2007. *Landscape*. Routledge, London. 246 bls.
15. Balibar, E. 1995. *The philosophy of Marx*. Verso, London. 139 bls. (Vísað til bls. 33.)
16. Massey, D. 2005. *For space*. Sage, London. 222 bls. (Vísað til bls. 166.)
17. Mitchell, D. 2008. Confessions of a desk-bound radical. *Antipode* 40 (3). 448–454. (Vísað til bls. 452.)
18. Katrín Anna Lund & Gunnar Þór Jóhannesson 2016. Earthly substances and narrative encounters: Poetics of making a tourism destination. *Cultural Geographies* 23 (4). 653–669. (Vísað til bls. 665.)
19. Edward H. Huijbens, Hjalti Jóhannesson & Gunnar Þór Jóhannesson 2014. Clusters without content? Icelandic national and regional tourism policy. *Scandinavian Journal of Public Administration* 18 (1). 63–85.
20. Debord, G. 1994. *The society of spectacle*. Zone books, New York. 160 bls. (Frumútg., La société du spectacle, Buchet/Chastel, Paris 1967)
21. Oslund, K. 2011. *Iceland imagined: Nature, culture, and storytelling in the North Atlantic*. University of Washington Press, Seattle. 280 bls.
22. Sumarliði R. Ísleifsson 2015. Tvær eyjar á jaðrinum: Ímyndir Íslands og Grænlands frá miðöldum til 19. aldar. Háskólaútgáfan, Reykjavík. 290 bls.
23. Sumarliði R. Ísleifsson & Chartier, D. (ritstj.) 2011. *Iceland and images of the North*. Presses de l'Université du Québec & Reykjavíkarakademian, Québec-borg. 611 bls.
24. Kristín Loftsdóttir, Katla Kjartansdóttir & Katrín Anna Lund 2017. Trapped in clichés: Masculinity, films and tourism in Iceland. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography* 24 (9). 1225–1242. <http://dx.doi.org/10.1080/0966369X.2017.1372383> (vísað til bls. 2.)
25. Smith, N. 1987. Gentrification and the rent gap. *Annals of the Association of American Geographers* 77 (3). 462–465.
26. Lefebvre, H. 2003. *The urban revolution*. University of Minnesota Press, Minneapolis. 196 bls. (Frumútg., La révolution urbaine, Gallimard, Paris 1970.)
27. Harvey, D. 2006. Neoliberalism as creative destruction. *Geografiska Annaler B* 88 (2). 145–158.
28. Peck, J. & Tickell, A. 2002. Neoliberalizing space. *Antipode* 34 (3). 380–404.
29. Pike, A. & Pollard, J. 2010. Economic geographies of financialization. *Economic Geography* 86 (1). 29–51. (Vísað til bls. 33.)
30. Tickell, A. & Peck, J. 2003. Making global rules: Globalisation or neoliberalization. Bls. 163–181 í: *Remaking the global economy* (ritstj. Peck, J. & Yeung, H.W.-C.). Sage, London.
31. Darling, E. 2005. The city in the country: Wilderness gentrification and the rent gap. *Environment and Planning A* 37. 1015–1032.
32. George, W.E., Mair, H. & Reid, D.G. 2009. Rural tourism development: Localism

- and cultural change. Channel View Publications, Bristol. 288 bls.
33. Nash, R.F. 2014. *Wilderness and the American mind* (5. útgáfa). Yale University Press, New Haven. 425 bls. (Frumútg. 1967.)
 34. Runte, A. 1972. Yellowstone: 'It's useless, so why not a park?' *National Parks and Conservation Magazine*. *The Environment Journal* 46 (mars). 4–7.
 35. Hall, C.M. & Frost, W. 2009. National parks and the 'Worthless lands hypothesis' revisited. Bls. 45–62 í: *Tourism and national parks: International perspectives on development, histories and change* (ritstj. Frost, W. & Hall, C.M.). Routledge, London.
 36. Boyd, S.W. & Butler, R.W. 2009. Tourism and the Canadian national park system: Protection, use and balance. Bls. 102–113 í: *Tourism and national parks: International perspectives on development, histories and change* (ritstj. Frost, W. & Hall, C.M.). Routledge, London.
 37. Fredman, P. & Sandell, K. 2009. 'Protect, Preserve, Present': The role of tourism in Swedish national parks. Bls. 197–208 í: *Tourism and national parks: International perspectives on development, histories and change* (ritstj. Frost, W. & Hall, C.M.). Routledge, London.
 38. Talbot, C. 1998. The wilderness narrative and the cultural logic of capitalism. Bls. 325–336 í: *The great new wilderness debate* (ritstj. Callicott, J.B. & Nelson, M.P.). The University of Georgia Press, Athens.
 39. Hall, C.M. 1992. *Wasteland to world heritage: Preserving Australia's wilderness*. Melbourne University Press, Carlton. 289 bls.
 40. Lesslie, R.G. & Taylor, S.G. 1983. The wilderness continuum concept and its implications for Australian wilderness preservation policy. *Biological Conservation* 32 (4). 309–333.
 41. Louter, D. 2006. *Windshield wilderness: Cars, roads and nature in Washington's national parks*. University of Washington Press, Seattle. 288 bls.
 42. Slater, T. 2017. Planetary rent gaps. *Antipode* 49 (S1). 114–137.
 43. Griffith, D. 2000. Social capital and economic apartheid along the coasts of the Americas. *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development* 29 (3). 255–284.
 44. Smith, D. 2007. The 'buoyancy' of 'other' geographies of gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 98 (1). 53–67.
 45. Freeman, C. & Cheyne, C. 2008. Coasts for sale: Gentrification in New Zealand. *Planning Theory and Practice* 9 (1). 33–56.
 46. Colbourn, L. & Jepson, M. 2012. Social indicators of gentrification pressure in fishing communities. *Coastal Management* 40 (3). 289–300.
 47. Thompson, C., Johnson, T. & Hanes, S. 2016. Vulnerability of fishing communities undergoing gentrification. *Journal of Rural Studies* 45. 165–174.
 48. Clark, E., Johnson, K., Lundholm, E. & Malmberg, G. 2007. *Island gentrification and space wars*. Bls. 483–512 í: *A world of islands: An island studies reader* (ritstj. Balzacchino, G.). Institute of Island Studies, University of Prince Edward Island, Charlottetown.
 49. Jackson, R. 2005. *Bruny on the brink: Governance, gentrification and tourism on an Australian island*. *Island Studies Journal* 1 (2). 201–222.
 50. Hjalti Jóhannesson 2015. Áhrif Hvalárvirkjunar á ferðamennsku og útivist. Unnið fyrir Verkis vegna mats á umhverfisáhrifum. Rannsóknamiðstöð ferðamála og Rannsóknamiðstöð Háskólans á Akureyri, Akureyri. 52 bls. (Vitnað til bls. 14; 17–18; 26.)
 51. Anna Dóra Sæþórsdóttir, Birgitta Stefánsdóttir & Þorkell Stefánsson 2015. Viðhorf ferðamanna til nokkurra virkjana í 3. áfanga rammaáætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 81 bls.
 52. Anna Dóra Sæþórsdóttir, Anna Mjöll Guðmundsdóttir, Birgitta Stefánsdóttir & Þorkell Stefánsson 2016. Viðhorf ferðamanna og ferðaþjónustuaðila til Búlandsvirkjunar í 3. áfanga rammaáætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 47 bls.
 53. Anna Dóra Sæþórsdóttir, Anna Mjöll Guðmundsdóttir, Birgitta Stefánsdóttir & Þorkell Stefánsson 2016. Viðhorf ferðamanna og ferðaþjónustuaðila til virkjunar við Austurengjar í Krýsuvík í 3. áfanga rammaáætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 37 bls.
 54. Anna Dóra Sæþórsdóttir, Anna Mjöll Guðmundsdóttir & Þorkell Stefánsson 2016. Viðhorf ferðamanna og ferðaþjónustuaðila til Hagavatnsvirkjunar í 3. áfanga rammaáætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 43 bls.
 55. Anna Dóra Sæþórsdóttir, Anna Mjöll Guðmundsdóttir & Þorkell Stefánsson 2016. Viðhorf ferðamanna og ferðaþjónustuaðila til Hágönguvirkjunar og Skrokkölduvirkjunar í 3. áfanga rammaáætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 42 bls.
 56. Anna Dóra Sæþórsdóttir, Anna Mjöll Guðmundsdóttir & Þorkell Stefánsson 2016. Viðhorf ferðamanna og ferðaþjónustuaðila til virkjana í Skjálfafljóti í 3. áfanga rammaáætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 46 bls.

57. Anna Dóra Sæþórsdóttir & Þorkell Stefánsson 2016. Viðhorf ferðamanna og útivistariðkenda til jarðvarmavirkjunar við Trölladyngju í 3. áfanga ramma-áætlunar. Land- og ferðamálafræðistofa og Líf- og umhverfisvísindadeild Háskóla Íslands, Reykjavík. 27 bls.
58. Snorri Baldursson 2016. Hvalárvirkjun á Ströndum: Mikil og óafturkræf umhverfisáhrif. Kjarninn 14. september. Slóð (skoðað 9.8.2017): <https://kjarninn.is/skodun/2016-09-14-hvalarvirkjun-strondum-mikil-og-oafturkraef-umhverfisahrif/>
59. Edward H. Huijbens, Eva Halapi & Heiða Aðalsteinsdóttir 2018. Viðhorf úti- vistar- og ferðafólks til virkjana á Henglinum. Unnið fyrir Orkuveitu Reykja- vikur. Rannsóknamiðstöð ferðamála, Akureyri. 55 bls.
60. Katrín Anna Lund, Kristín Loftsdóttir & Michael Leonard 2017. More than a stopover: Analysing the postcolonial image of Iceland as a gateway destination. *Tourist Studies* 17 (2). 144–163. (Vísad til bls. 158–159.)
61. Debord, G. 1994. *The Society of Spectacle*. Zone books, New York. 160 bls.
62. Latour, B. 2016. Onus orbis terrarum: About a possible shift in the definition of sovereignty. *Millennium. Journal of International Studies* 44 (3). 305–320. (Vísad til bls. 318.)
63. Viðar Hreinsson 2017. Glapræði í Ófeigsfirði. Morgunblaðið 5. ágúst, bls. 23.
64. Gren, M. & Edward Huijbens (ritstj.) 2016. *Tourism and the Anthropocene*. Routledge (Tourism Series), London. 204 bls.

UM HÖFUNDA



Edward H. Huijbens er landfræðingur og prófessor á hug- og félagsvísindasviði Háskólans á Akureyri. Þar er hann jafnframt formaður félagsvísinda- og lagadeildar. Rannsóknir hans hafa snúið að ferðamálum á Íslandi og í alþjóðlegu samhengi. Sérstök áhersla þar hefur verið á hlutverk samgagna í mótun áfangastaða og á upplifun gesta af landslagi. Einnig hefur Edward skoðað hvernig heilsa og vellíðan tengist upplifun af landslagi sem og hvaða kenningum um rýmið er hægt að beita til að skilja samspil manns og umhverfis. Edward hefur unnið rannsóknir sínar á Íslandi og norðurslóðum og í þeim bæði aflað og rýnt tölfræði og viðtalsgögn.



Anna Dóra Sæþórsdóttir er landfræðingur og prófessor í ferðamálafræði við Háskóla Íslands. Hún er jafnframt deildarforseti Líf- og umhverfisvísindadeildar Verk- og náttúruvísindasviðs HÍ. Rannsóknir hennar hafa beinst að áhrifum virkjana á ferðamennsku og útivist og upp- lifun ferðamanna á náttúru og innviðum á ýmsum ferða- mannastöðum hér á landi. Hún hefur einnig rannsakað þolmörk ferðamanna á hálendinu og vinsælum ferða- mannastöðum á láglandi. Í þeim rannsóknum hefur hún ýmist lagt spurningalítakannanir fyrir ferðamenn og eða verið með viðtalskannanir.

PÓST- OG NETFÖNG HÖFUNDA / AUTHORS' ADDRESSES

Edward H. Huijbens

Félagsvísinda- og lagadeild
Háskólans á Akureyri
Norðurslóð 2
600 Akureyri
edward@unak.is

Anna Dóra Sæþórsdóttir

Líf- og umhverfisvísindadeild
Háskóla Íslands
Öskju, Sturlugötu 7
101 Reykjavík
annadora@hi.is