

Efnisyfirlit

Höfundalisti	9
Formáli.....	11
Anna Dóra Sæþórsdóttir og Katrín Anna Lund: <i>Fjallamarafön og ferðamennska á Laugaveginum</i>	13
Arney Einarsdóttir og Sigríður Þrúður Stefánsdóttir: <i>Lýðfræðilegir áhrifaþættir starfsánægju á Íslandi</i>	27
Andur Hermannsdóttir og Snjólfur Ólafsson: <i>Áhrifaþættir á alþjóðlegan vöxt Össurar hf.</i>	41
Árelía Eydís Guðmundsdóttir: <i>Ein af strákunum: Íslenskir kvenleiðtogar</i>	55
Eidward H. Huijbens: <i>Markaðssetning svæða á Íslandi: Mikilvægi svæðisbundinna tengslaneta og samskipta þeirra í millum</i>	63
Eidvald Möller: <i>Verkefnastjórnin og umhverfi hans</i>	77
Einar Svansson: <i>Formleg stefna og árangur: Jákvæð tengsl hjá íslenskum fyrirtækjum</i>	89
Eyþólfur Sigurðsson og Helgi Tómasson: <i>Langsniðslíkön og langsniðsgögn við rannsóknir á tekju/launaþróun</i>	101
Eytrún Jenný Bjarnadóttir: <i>Uppbygging ferðaþjónustu utan háanna: Árangur af átaksverkefni „Komdu norður!“</i>	115
Fjöla Björk Jónsdóttir og Ögmundur Knútsson: <i>Samrunar á Íslandi 2003-2004</i>	127
Frédrik Eysteinnsson: <i>Þrjár rangbugmyndir um auglýsingar?</i>	141
Frédrik Larsen, Gordon Greenley, Mark Palmer and John Rudd: <i>Commodity Branding: A Review, Conceptualization and Research Agenda</i>	149
Guðfinna Harðardóttir og Inga Jóna Jónsdóttir: <i>Viðhorf stjórnenda í verslun til færne miðaldra og eldra starfsfólks</i>	163
Guðmundur Kr. Óskarsson og Hafdís Björg Hjálmarsdóttir: <i>Þjónustugæði hjá íslenskum fyrirtækjum</i>	173
Guðrún Helgadóttir: <i>Lopapeysa: Til minja um Ísland</i>	187
Gunnar Óskarsson: <i>The impact of ICT for the exploitation of external information on performance in New Product Development processes</i>	197

Fjallamaráðon og ferðamennska á Laugaveginum

Anna Dóra Sæþórsdóttir og Katrín Anna Lund

Íþróttuferðamennska er ein þeirra greina ferðaþjónustunnar sem vex hvað hraðast á heimsvísu (Funk og Brunn, 2007). Sífelld fleiri ferðamannastaðir nýta sér íþróttaviðburði sem hluta af því sem boðið er upp á (e. *marketing mix*) (Higham og Hinch, 2003) og er það gert í von um að það laði að þátttakendum og áhorfendum, stuðli að aukinni umfjöllun fjölmiðla, og skapi jákvæða ímynd meðal íbúa og gesta. Utanvegahlaup eru ein af þeim nýjungum í íþróttuferðamennsku sem áfangastaðir, íþróttafélög og ýmsir áhugamanna hópar hafa staðið að til að kynda undir áhuga fólks á hlaupum, og að laða til sín gesti, bæði innlenda og erlenda.

Fjallamaráðon á „Laugaveginum“ er eitt þessara hlaupa og er kynnt af aðstandendum hlaupsins sem „hin endanlega þol- og þrekraun langhlauparans í stórkostlegu umhverfi“. Leiðin er 55 km, frá Landmannalaugum til Þórsmörkur og er venjulega gengin á 4 dögum. Hún hefur um áratugaskeið verið ein vinsælasta gönguleið landsins á hálendinu og skartar fjölbreyttu landslagi auk þess sem hún tengir saman tvær af náttúruperlum Íslands, Landmannalaugar og Þórsmörk.

Ef nota á íþróttaviðburði sem þennan til að efla ferðaþjónustu hér á landi er mikilvægt að skilja hvaða hvatar liggja að baki ákvörðuninni um þátttöku í hlaupinu og af hverju fólk ferðast til þess að taka þátt í slíkum viðburði. Í þessari grein eru kynntar niðurstöður rannsóknar sem gerð var meðal þátttakenda í Laugavegshlaupinu sumarið 2007. Leitast er við að varpa ljósi á hvers vegna fólk tekur þátt í hlaupinu og hvernig keppendur upplifa hlaupið og náttúruna sem þeir hlaupa í.

Íþróttiferðamennska

Allt frá tímum Ólympíuleika Grikkja til forna hefur fólk ferðast til að taka þátt í eða upplifa íþróttaviðburði (Finley og Pleket, 1976). Fræðimenn fóru hins vegar ekki að gefa íþróttiferðamennsku gaum fyrir en á miðjum tuttugasta áratugnum (Gibson, 2006). Bæði í ferðamálafræðum og íþróttfræðum hafa menn verið að velta fyrir sér lykilhugtökum og hvernig megi skilgreina þau. Við skilgreiningu á ferðamönnum hefur t.d. verið rætt um hvort miða skuli við tilgang ferðar (t.d. skemmtiferð eða viðskiptaferð), fjarlægðar frá hversdagsumhverfi eða dvalarlengd (hvort gíst sé eða ekki). Íþróttfræðingar hafa aftur á móti velt fyrir sér spurningum eins og hvort íþróttir séu bundnar við keppnisgreinar sem lúta ákveðnum leikreglum, fara fram á leikvangi og keppendur klæðast ákveðnum leikmannabúningum, eða hvort þær eigi einnig við um ýmsar aðrar líkamlegar athafnir án þess að keppni komi til. Í hugtakinu *íþróttiferðamennska* sameinast svo þessi tvö hugtök og er skilgreining á því jafn erfið og skilgreining hugtakanna *ferðamennska* og *íþóttir*. Í enskumælandi heimildum hefur hugtakið *sport tourism* (t.d. Standeven og De Knop, 1999, Delpy, 1998, Turco og Eisenhardt, 1998, Gibson, 1998; 2006) mest verið notað, en einnig *tourism sport* (Kurtzman og Zauhar, 1997) og *sports tourism* (Redmond 1990; 1991). Gibson (1998) gerir grein fyrir mismunandi nálgunum og skilgreiningum fræðimanna á íþróttiferðamennsku og setur fram eftirfarandi skilgreiningu: „*Leisure-based travel that takes individuals temporarily outside their home communities to participate in physical activities, to watch physical activities, or to venerate attractions associated with physical activities*“ (Gibson, 1998: 49). Hún greinir íþróttiferðamennsku í þrjá flokka út frá hegðun ferðamanna:

- Virk íþróttiferðamennska (e. *active sport tourism*) þar sem viðkomandi er virkur þátttakandi í sjálfum íþróttaviðburðinum.
- Íþróttaviðburðaferðamennska (e. *event sport tourism*) þar sem áhorf (e. *spectating*) er meginmarkmiðið.
- Nostalgíu-íþróttiferðamennska (e. *nostalgic sport tourism*) sem felst í að heimsækja áfangastaði þar sem mikilvægir íþróttaviðburðir hafa farið fram (t.d. fara á staði þar sem Ólympíuleikar hafa verið haldnir) eða eru mikilvægir fyrir viðkomandi einstakling (t.d. heimsækja leikvang uppáhalds-íþróttaliðsins).

Töluvert hefur verið skrifað um hvata og ferðamennsku, en hvatar eru einn af mörgum þáttum sem skýra hegðun ferðamanna og eru taldir nauðsynlegir til að varpa ljósi á af hverju fólk ferðast. Dann (1977; 1981) og Crompton (1979) greina hvata í tvo grunnþætti; togkrafta (e. *pull factors*) sem laða fólk að ákveðnum ferðamannastað og ýtikrafta (e. *push factors*) en þeir ýta fólk af stað í ferðalag. Dann og Crompton eru nokkuð sammála um flesta ýtikraftana, eins og t.d. að flýja hversdagsumhverfi sitt, kynnast sjálfum sér, byggja upp sjálfsálitið, en einnig að upphefja sig gagnvart öðrum og auka virðingu sína í samfélaginu með því að vera öðruvísi en aðrir. Dann (1977) telur síðastnefnda þáttinn vera eina mikilvægustu ástæðu fyrir því að fólk ferðast. Crompton (1979) leggur megináherslu á að menn séu að leita að innra jafnvægi (e. *homeostasis*). Hann heldur því fram að menn hafi ákveðna þörf fyrir tilbreytingu og að ekki þurfi aðeins að hvíla sig frá vinnu, heldur sé líka nauðsyn að komast að heiman og hvíla sig á hversdagsleikanum.

Tafla 1. Tog- og ýtikraftar Crompton og Dann. Heimild: Dann (1977) og Crompton (1979).

Ýtikraftar		Togkraftar	
<i>Crompton</i>	<i>Dann</i>	<i>Crompton</i>	<i>Dann</i>
Flótti frá hversdagsumhverfi	Styrkja sjálfsálit	Menntun	Aðdráttarafl
Kynnast sjálfum sér	Upphefð	Nýjungagirni	Afþreying
Leita að uppruna sínum eða einhverju frumstaðu	Nýjung, spenna, fjarlægð frá margmenni		
Upphefð	Félagslíf		
Rækta samband við aðra	Flótti frá persónulegum / félagslegum þrýstingi		
Taka þátt í félagsstarfi			
Hvöld og slökun			

Gammon og Robinson (2003) hafa skoðað hvata í tengslum við íþróttiferðamennsku. Þeir leggja til að ferðamönnum sé annars vegar skipt í íþróttiferðamenn (e. *sport tourists*), þar sem íþróttir eru aðalhvatin að ferðalaginu og hins vegar *tourism sportists* sem eru þeir sem stunda eða njóta íþróttá ferðalögum sínum, þótt þær séu ekki aðalástæða ferðarinnar.

Cikszentmihalyi (1975) fjallar um þörf sumra einstaklinga fyrir ákveðið „streymi“ (e. *flow*) og hvernig einstaklingar verða fyrir mikilli upplifun þegar þeir stunda ákveðna afþreyingu og komast oft upp á hátind tilfinninga/

líkamlegrar getu og upplifa „streymið“. Þetta ástand næst þegar viðkomandi stenst ákveðna áskorun sem er mismikil eftir því hver geta manna er. Cikszenmihalyi setur fram ferns konar samband gjörða og upplifunar:

- Áskorunin og getan eru mikil og „streymi“ næst;
- Áskorunin er of mikil og leiðir af sér hræðslu;
- Lítil áskorun og mönnum leiðist; og
- Áskorunin og getan eru of lítil og menn verða sinnulausir.

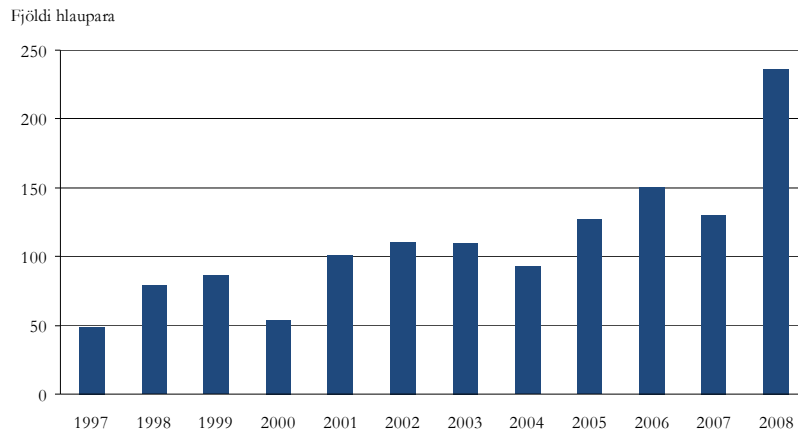
Rannsókn Ewert og Hollenhurst (1989) sýndi fram á að þeir sem stunda líkamlega afþreyingu sem felur í sér mikla áhættu eins og t.d. flúðasiglingar líta vissulega á það sem leið til að ná ákveðnu „streymi“. Rannsókn þeirra sýndi enn fremur fram á að eftir því sem færni manna jókst þeim mun erfiðari þrautir reyndu þeir við.

Ímynd og viðhorf hafa jafnframt áhrif á ákvörðun íþróttáferðamanna um áfangastað rétt eins og annarra ferðamanna (sjá t.d. Dann, 1977; Hall og Weiler, 1992; Moshin, 2005; Baloglu og McCleary, 1999; McKay og Fesenmaier, 1997). Green og Chalip (1998) sýndu hins vegar fram á að fyrir þá sem ferðast til annarra landa til að keppa í hlaupum skipti upplifunin við hlaupið meginmáli á meðan ferðalagið sjálft var í öðru sæti. Áfangastaðurinn skapar ávalt umgjörð utan um allar athafnir ferðamanna. Í mýkri afþreyingu (e. *soft activities*) (t.d. gönguferðum, fuglaskoðun) gegnir náttúran fyrst og fremst því hlutverki að vera það sem dádast er að. Í harðari athöfnum (e. *hard activities*) (t.d. klifri á hæstu/erfiðustu tindum heims) er markmiðið oft að sigrast á mikilfenglegum fyrirstöðum náttúrunnar, gjarnan með hjálp tækninnar (Bouchet, Lebrun og Auvergne, 2004). Í Laugavegshlaupinu fara þessir tveir þættir saman, annars vegar löng og erfið leið, og hins vegar stórbrotin umgjörð og fjölbreytt náttúra. Samspil hlauparans og umhverfisins felst því bæði í því erfiði sem það er fyrir líkama og sál að ljúka hlaupi í erfiðu umhverfi, og einnig í því að hlauparinn skynjar umhverfið sem hlaupið er í út frá ákveðnum fagurfræðilegum forsendum.

Laugavegshlaupið

Utanvegahlaup eru haldin á um 9 stöðum víðsvegar um landið. Laugavegshlaupið er þeirra lengst, um 55 km, eina hlaupið sem nær því að vera ofurmarafon (e. *ultra marafon*) og er jafnframt fjölmennasta hlaupið. Fyrst var blásið til hlaupakeppni á Laugaveginum árið 1997, með þátttöku 49 hlaupagarpa. Vinsældir hlaupsins hafa smám saman aukist og 130 manns tóku þátt í því sumarið 2007 (mynd 1). Frá upphafi hafa 1094 hlauparar tekið

þátt í Laugavegshlaupinu og eru 73% þeirra Íslendingar. Fjölmennastir er-
lendra hlaupara eru Bretar, Þjóðverjar og Bandaríkjamenn, rúm 5% hver.



Mynd 1. Þátttakendur í Laugavegshlaupinu. Heimild: hlaup.is (e.d.)

Keppnin er haldin á laugardegi um miðjan júlí og standa rútuferðir kepp-
endum til boða til og frá keppnisstað. Hlaupið hefst við skála Ferðafélags
Íslands í Landmannalaugum í um 600 m hæð yfir sjávarmáli og lýkur við
skála Austurleiðar í Húsadal í Þórsmörk. Hlaupaleiðinni er skipt í nokkra
áfanga og er fyrsti áfangi leiðarinnar frá Landmannalaugum í Hrafninnusker,
um 10 km í beinni loftlínu. Til að byrja með er leiðin öll á fótinn og er lóðrétt
hækkun tæpir 500 m. Annar hluti leiðarinnar er frá Hrafninnuskeri að Álfta-
vatni og er um 11 km í loftlínu. Þar eru nokkrir gilskorningar með snjó og ís,
mismikið þó eftir árferði. Þriðji áfangi leiðarinnar er um 16 km í loftlínu, frá
Álftavatni suður yfir Mælifellssand í Emstrur. Fjórði hluti leiðarinnar, frá
Emstrum um Almenna í Þórsmörk, er um 13,5 km í loftlínu. Þar liggur
leiðin upp og niður gil og skorninga. Loks er farið um Hamraskóga að mark-
línu í Húsadal.

Veður og veðurfar getur haft mikil áhrif á hlauparana. Eftir snjóþungan
vetur og litla snjóbráð er töluvert af snjó og ís þar sem leiðin liggur hæst og í
gilskorningum. Stundum gera sól og hiti hlaupurunum erfitt fyrir og hafa þá
sumir þurft að leggjast fyrir og fá vökva í æð þegar komið er í Þórsmörk.
Versta hlaupaveður í sögu hlaupsins var árið 2006, þegar sunnan rok, 10-20
m/s, var í fangið á hlaupurunum ásamt mikilli rigningu og hagléli, en þá óðu
menn hnédjúpa krapapolla þar sem hlaupaleiðin liggur hæst. Um fjórðungur
hlauparanna náði þá ekki að ljúka hlaupinu.

Vaða þarf nokkrar ár á leiðinni og ná þær dýpstu upp á mið læri og veita félagar frá Frískum Flóamönnum hlaupurunum stuðning hjá vatnsmestu ánum. Þegar hlaupið er um það bil hálfnað geta keppendur skipt um skó og annan fatnað ef þeir vilja. Á nokkrum stöðum á leiðinni er boðið upp á hressingu, vatn, orkudrykk, banana og súkkulaði. Að hlaupinu loknu er slegið upp grillveislu í Þórsmörk. Þar geta þátttakendur fyllt sig af orku á ný og deilt upplifun sinni á hlaupinu og myndað tengsl við aðra. Það var á þessum tíma sem við rannsakendur notuðum tækifærið til að blanda okkur inn í samræðurnar, tókum viðtöl og lögðum spurningalista fyrir þátttakendur.

Gögn og aðferðir

Rannsókn þessi byggir á gögnum sem var safnað í ellefta Laugavegshlaupinu, 14. júlí 2007. Þennan dag var veðrið eins gott og hægt er að hugsa sér til hlaups sem þessa, háskýjað og léttur andvari og hélt þannig megnið af deginum fyrir utan nokkra regndropa sem féllu síðdegis.

Til að varpa ljósi á viðfangsefnið var þrenns konar aðferðum beitt. Í fyrst lagi voru tekin opin viðtöl við 15 hlaupara og stóðu þau í um 30 til 60 mínútur hvert. Leitast var við að ræða bæði við innlenda og erlenda hlaupara af báðum kynjum og á misjöfnum aldri. Rætt var við 9 Íslendinga og 6 útlendinga, 8 konur og 7 karla á aldrinum 28 til 56 ára. Flest viðtalanna voru tekin í Þórsmörk stuttu eftir að viðkomandi kom í mark, en einnig var rætt við nokkra Íslendinganna á kaffihúsum Reykjavíkur í vikunni eftir hlaupið. Viðtölin voru byggð á hefð fyrirbærafræðinnar. Opna formið gerir ráð fyrir að í stað þess að spyrja beinna spurninga séu spurningarnar opnar og byggðar í kringum nokkur meginþemu. Þemu viðtalanna voru nokkur en þau sem hér eru kynnt eru; af hverju tók viðkomandi þátt í Laugavegshlaupinu, hvað heillar við að hlaupa Laugavegin og í hverju felast helstu áskoranir hlaupsins.

Í öðru lagi var gerð meginlega rannsókn þar sem spurningakönnun var lögð fyrir keppendur á endastöð hlaupsins. Fyrir utan grunnspurningar um þjóðerni, kyn og aldur var spurt um hvata að þátttöku í hlaupinu, upplifun af því, ánægju hlauparans með skipulagningu hlaups, væntingar hlaupara og hvernig og hvort þeim hafi verið mætt. Listanum svöruðu 73 af 130 þátttakendum hlaupsins og svarhlutfall því 56,2%.

Í þriðja lagi var gerð þátttökurannsókn. Hún var að mestu leyti grundvölluð í hefð fyrirbærafræðinnar og var tvíþætt. Í fyrsta lagi fólst hún í því að annar höfunda tók þátt í hlaupinu og skrifaði niður upplifun sína af hlaupinu

sjálfu. Í öðru lagi var fylgst með atferli hlauparanna í upphafi og lok hlaupsins.

Aðeins er greint frá hluta af niðurstöðum rannsóknarinnar í þessari grein.

Niðurstöður

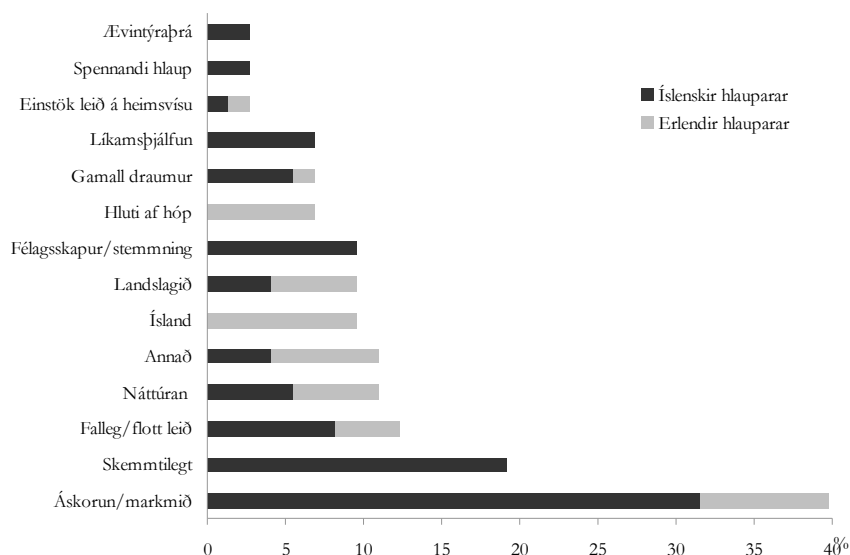
Af þeim 73 sem svöruðu spurningalistaum voru 75% karlar og 25% konur á meðan þýðið er 70/30. Um 70% voru Íslendingar og 30% erlendir hlauparar, en raunverulegt hlutfall þýðisins er 64/36. Erlendu þátttakendurnir voru flestir frá Bretlandi (12), Frakklandi (6), Bandaríkjunum og Kanada (4 frá hvoru), Danmörku, Þýskalandi, Sviss (3 frá hverju), Hollandi (2) og Austurríki, Belgíu, Lettlandi og Filippseyjum (1 frá hverju). Fjórir af hverjum fimm sögðu að Laugavegshlaupið sjálft væri aðalástæða þess að þeir komu til landsins. Meðaldvalarlengd erlendu ferðamannanna á Íslandi var 7,4 dagar. Sá sem dvaldi styst var á landinu í 2 daga og lengst var dvalið í 28 daga, en algengast var að fólk dveldi 5-7 daga á landinu. Einungis 20% erlendu þátttakendanna voru einir á ferð, en aðrir voru ýmist með fjölskyldu sinni og eða vinum.

Sigurtími karla þennan dag var rétt undir 4:49 og kvenna 5:38. Í úrtakinu voru 17 einstaklingar sem luku hlaupinu á innan við 6 klst., 39 á bilinu 6–7 klst. og 18 voru lengur en 7 klst. Af þeim 73 sem rætt var við voru 41 að hlaupa í fyrsta skipti og 31 hafði tekið þátt í Laugavegshlaupinu áður en einn svaraði ekki spurningunni. Má því með sannni segja að þarna séu margir reynsluboltar á ferð. Sumir höfðu hlaupið einu sinni áður, en aðrir höfðu jafnvel tekið þátt í öllum keppnum hlaupsins. Flestir, rúm 80% höfðu jafnframt tekið þátt í götumaráðunahlaupum áður en þeir mættu á Laugavegin. Tæp 80% sögðu að ekkert annað hlaup hafi komið til greina í stað Laugavegshlaupsins. Þeir sem höfðu hugað að öðrum hlaupum nefndu t.d. Jökulsárgljúfur, Heljardalsheiði og Berlínarmaraþon.

Hvatar að þátttöku

Ein af opnu spurningunum á listanum var: *Af hverju tókstu þátt í þessu hlaupi?* Kom í ljós að markmið/áskorun var algengasta ástæðan, en lesa mátti það út úr um 40% svaranna. Næst algengasta svarið var sú ánægja sem þátttakendur fengu út úr því að hlaupa þarna (20%) en það voru allt þátttakendur sem höfðu hlaupið þarna áður og vildu upplifa það aftur. Falleg leið var jafnframt

nefnt sem ástæða fyrir þátttöku, auk þess sem náttúra og landslag var einnig nefnt sérstaklega. Mætti jafnvel sameina þessa þætti (þ.e. falleg leið, náttúra og landlag) en samtals var það nefnt af um þriðjungi hlauparanna. Um 10% erlendu hlauparanna nefndu Ísland sérstaklega, þ.e. að hlaupið væri á Íslandi, sem ástæðu þátttöku sinnar. Um 10% Íslendinganna nefndu félagsskap og var þá t.d. viðkomandi að hlaupa vegna þess að allir í hlaupahópnum hans, eða að vinur/maki tóku þátt í keppninni. Nokkrir höfðu lengi átt sér þennan draum sem nú fékk að rætast. Aðrir nefndu líkamsþjálfun, ævintýri o.fl (sjá mynd 2).



Mynd 2. Ástæða fyrir þátttöku í Laugavegshlaupinu.

Í viðtölunum komu flestir viðmælendanna inn á að þeir hefðu sett sér þetta markmið og ástæðan fyrir því var gjarnan sú að „...það fylgir því svo mikil fullnægja að setja sér eitthvað markmið og ná því...“. Nokkrir viðmælendur stóðu á ákveðnum tímamótum í lífi sínu og höfðu þess vegna sett sér þetta sem markmið: „... ég varð fimmtugur á árinu og ákvað að gefa sjálfum mér Laugavegin í afmálsgjöf.“

Nokkrir viðmælendur höfðu orð á því að þeir hafi viljað setja sér virkilega háleitt markmið, eitthvað sem virkilega reyndi á og jafnvel ekki víst að þeir stæðust áskorunina. Íslensk kona komst svo að orði:

Ætli það hafi ekki bara verið af því að það er svo mikil áskorun, bara eitthvað mikið og stórt sem að maður kannski heldur að maður ráði ekki við en langar að prófa og sjá hvað maður getur, hversu langt maður kemst.

Önnur íslensk kona, sem hljóp einnig árinu áður sagði:

Þegar ég fór þetta í fyrra fannst mér svo ofboðslega gaman og ég var í skýjunum í marga daga á eftir. Mér fannst þetta svo frábær upplifun og mig langaði til að endurtaka það... upplifa aftur þetta svakalega rush.

Erlendur karlmaður, þaulreyndur hlaupari, sagði „*I want ... a bigger challenge, a bit longer, a bit further than marathon and that's why I'm running ultra marathons.*“

Nokkrir viðmælendanna voru hins vegar með allt annað í huga en að ná einhverjum háleítum markmiðum. Kona á miðjum aldri sagði „*I didn't come here to race I came here to participate so it was all about enjoying what was around me.*“ Annar viðmælendanna deildi mjög erfiðri og persónulegri reynslu sinni og hvernig hún hafði nýtt sér þennan viðburð til að komast yfir einn mesta sorgarviðburð á ævi hennar:

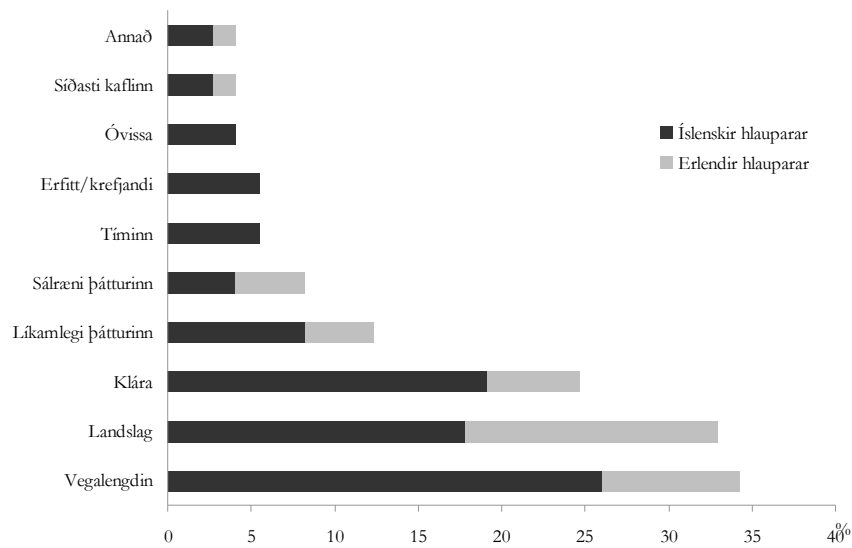
I was looking for a challenge this year, my husband died last summer... he had a bone merge transplant and it failed but he was going to bring me to Iceland when he got better...I was looking for something to get me over this ... and I was on the internet when I found this race in Iceland like right when I needed it. And so, ... I don't even run ... I'm not a runner. It was huge for me to train for this thing ... But it gave me something to completely work on all winter long and to focus on and just give me some direction.

Einn af reyndu hlaupurunum varpaði skíru ljósi á þessi mismunandi markmið sem hlaupararnir hafa með þátttöku sinni „...*there are different sorts of runners you know. Some runners are enjoying the race, some runners are running for personal records, some runners are running to win the race.*“ Átti þetta að mati rannsakenda vel við hlaupara á Laugaveginum sumarið 2007. Sá sem lét þessi orð lét falla var tvímælalaust kominn til þess að vinna og uppskar árangur erfiðisins er hann komst á sigurpall að keppninni lokinni.

Áskorunin

Um þriðjungi hlauparanna fannst helstu áskoranir hlaupsins felast í því að komast þessa löngu leið ásamt því að berjast við mikið og erfitt landslag. Að „geta klárað hlaupið“ kemur af sama meiddi sem og líkamlegi og andlegi

þátturinn. Íslendingum finnst vegalengdin vera meiri áskorun en útlendingunum, sem aftur á móti finnst landslagið meiri áskorun en vegalengdin (sjá mynd 3).



Mynd 3. Helstu áskoranirnar við Laugavegshlaupið.

Reyndur hlaupari sagði „*Þetta er bara krefjandi sko. Sums staðar er þetta góður stígur, sums staðar er þetta grjót, sandar, þetta er bara krefjandi sko. Þannig að þetta er alvörublaup.*“

Einn Íslendinganna sagði:

Það er þessi mikla vegalengd og þetta krefjandi landslag sem gerir þetta svo erfitt og í leiðinni skemmtilegt... Hefðir þú spurt mig í fyrra hefði ég sagt veðrið... það var alveg brjálað veður þegar hlaupið var í fyrra... margir gáfust upp á leiðinni.

Um landslagið var þetta meðal annars sagt: „*It's very hard, I didn't expect the race to be so hard as this one. Hills, uphill and downhill and downhill sometimes harder to run than uphill and endless hills.*“ Sá sem þetta mælti hafði dottið á leiðinni og var blóðugur á báðum hnjúm þegar í mark var komið. Undirlagið er heldur ekki þannig að það létti undir með hlaupurunum og var það sérstaklega sandurinn á Mælifellssandi og snjórinn á Hrafninnuskeri sem fólk kvartaði undan: „*I think the snow was very hard and the sand was very hard too.*“ Kanada-maður bar aðstæður saman við það sem hann þekkir heiman að frá sér:

There is a lot of sand and fine ground everywhere. It's very difficult... it was very different from what I'm used to in Victoria which has much firmer ground. So kinda fine, dustish sand... eee... I mean I enjoyed it but it was difficult.

Umræður og ályktanir

Töluverð ferðamennska á sér stað vegna Laugavegshlaupsins og felst hún bæði í ferðalögum og nýtingu á ferðapjónustu. Hlaupið er ýmist upphaf eða endir á annars lengri ferð um Ísland, en algengast er að fólk geri um vikuferð úr heimsókninni. Laugavegshlaupið sjálf er aðalástæða þess að 80% af erlendu hlaupurunum kom til landsins. Flokkast þeir því sem íþróttaferðamenn samkvæmt Gammon og Robinson (2003) þar sem íþóttir eru aðalhvatin að ferðalaginu. Hinir, þ.e. 20%, flokkast þá sem *tourism sportists*, þ.e. þeir voru á Íslandi og ákváðu að taka þátt.

Laugavegshlaupið telst jafnframt fyrst og fremst til virkrar ferðamennsku þar sem hlaupararnir eru virkir þátttakendur í hlaupinu sjálfu. Þó flokkast hluti hennar sem íþróttaviðburðaferðamennska þar sem 80% erlendu hlauparanna er á ferð með fjölskyldu og eða vinum. Þessir áhorfendur fylgja gjarnan hlauparanum í Landmannalaugar og taka svo á móti honum í Þórs-mörk, en einnig er töluvert af Íslendingunum sem fylgja ættingjum og vinum í hlaupið. Hlaupararnir og áhangendur þeirra gista víða í uppsveitunum Rangárvallasýslu eða að Fjallabaki nóttina fyrir hlaup og eitthvað er um að fólk gisti í Þórsmörk eða annars staðar að hlaupinu loknu.

Þeir hvatar sem Crompton (1979) og Dann (1977) kalla togkrafta eru sterkustu öflin af baki þátttöku í hlaupinu. Algengast var að fólk nefndi markmið, áskorun og skemmtun, þar með talið félagsskapinn og þá stemmningu sem skapaðist. Ísland sem áfangastaður hefur einnig sitt aðdráttarafi og vildu sumir hlaupa um og sjá nýtt svæði sem það hafði heyrt að væri fallett og spennandi. Þar skipaði náttúran, sér í lagi landslagið, stærstan sess og skapar stórbrotna umgjörð utan um hlaupaleiðina og gegnir í raun bæði því hlutverki að vera það sem dáðst er að, sem og því að vera sú mikla hindrun sem sigrast skal á.

Streymið og sú mikla upplifun sem Cikszenmihalyi (1975) fjallar um var tvímælalaust eitthvað sem sumir hlaupararnir upplifðu þegar þol líkamlegrar og andlegrar getu var þanið til hins ýtrasta. Margir voru í skýjunum yfir að hafa staðist þá áskorun sem þeir höfðu ásett sér. Nokkrum af þeim viðmælendum sem tóku þátt í hlaupinu árið 2006 varð tíðrætt um vonda veðrið

sem gerði hlaupið mun erfiðara það ár og báru saman við þær kjöraðstæður sem ríktu á hlaupadaginn 2007. Nokkrir tugir manna ýmist mættu ekki til hlaups árið 2006, þó þeir hefðu verið búnir að greiða þátttökugjaldið, eða þá að þeir gáfust upp á leiðinni. Á netinu, bloggsíðum og víðar mátti lesa gremju nokkurra þátttakenda sem lentu í þeirri erfiðu lífsreynslu að örmagnast á leiðinni. Slíkt skilgreindi Cikszentmihalyi (1975) sem „*of mikla áskorun sem leiðir af sér bræðslu*“. Rannsóknin meðal Laugavegshlauparanna staðfestir einnig það sem Ewert og Hollenhurst (1989) hafa sýnt fram á að með vaxandi færni leitast menn við að takast á við erfiðari þrautir. Margir höfðu prófað maraþon áður en þeir lögðu í Laugavegin og einstaka notaði Laugavegin til að byggja sig upp til stærri afreka.

Þegar á heildina er litið þá má því álykta að þeir hvatar sem liggja að baki þátttöku felist í áskoruninni sem hlaupaleiðin sjálf býður upp á, þ.e. langri leið og erfiðu landslagi. Á sama tíma felast gæði leiðarinnar einnig í umgjörðinni og þeirri náttúru og landslagi sem hlauparinn skynjar á ferð sinni. Eins og niðurstöður sýna þá upplifa hlaupararnir tengslin á milli áskorunarinnar og umhverfisins á mismunandi hátt og þættir eins og reynsla og bakgrunnur einstaklingsins og markmið með þátttöku í hlaupinu skipta miklu máli. Við drögum því þá ályktun að þótt enginn hlaupari upplifi þátttöku í Laugavegshlaupinu á sama hátt, þá megi greina ýmsa sameiginlega þætti sem hvetja fólk til þátttöku í hlaupinu.

Heimildir

- Baloglu, S. og McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Bouchet, P. Lebrun, A. og Auvergne, S. (2004). Sport tourism consumer experiences: a comprehensive model. *Journal of Sport & Tourism*, 9(2), 127-140.
- Cikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation an Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Delpy, L. (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 23-38.

- Ewert, A. og Hollenhurst, S. (1989). Testing the adventure model: empirical support for a model of risk recreation participation. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 124-139.
- Finley, M. og Pleket, H. (1976). *The Olympic Games. The first thousand yers.* London: Viking Adult.
- Funk, D. C. og Bruun, T. J. (2007). The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism Management*, 28, 806–819.
- Gammon, S. og Robinson T. (2003). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism* 8(1), 21-26.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review* 1, 45-76.
- Gibson, H. J. (2006). Sport and Tourist Studies: Theories and Paradigms. Towards an Understanding of 'Why Sport Tourists Do what They Do'. Í H. J. Gibson (ritstj.), *Sport Tourism: Concepts and Theories* (bls. 66-85). London: Routledge.
- Green, B. C. og Chalip L. (1998) Sport Tourism as the Celebration of Sub-culture. *Annals of Tourism Research*, 25, 275-292.
- Hall, C. og Weiler, B. (1992). Adventure, sport and health tourism, Í C. Hall og B. Weiler (ritstj.) *Special Interest Tourism* (bls. 141-158). London: Belhaven Press.
- Higham, J. og Hinch, T. (2004) . *Sport Tourism Development. Aspect of Tourism: 13.* Clevedon: Channel View Publication.
- Hlaup.is (e.d.). *Úrslit blaupa.* Sótt af: <http://blaup.is>
- Kurtzman, J. og Zauhar, J. (1997). Wave in Time: The Sports tourism phenomenon. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- McKay, K. J. og Fesenmaier, D. R. (1997). Pictorial element of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 24, 537–565.
- Mohsin, A. (2005). Tourist attitudes and destination marketing - the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management* 26(5), 723-732.
- Redmond, G. (1990). Points of increasing contact: Sport and tourism in the modern world. Í A. Tomlinson (ritstj.), *Proceedings of the Leisure Studies Association Second International Conference, Leisure, Labor and Lifestyles: International Comparisons* (bls. 158-169). Ráðstefnurit nr. 43, Eastbourne: LSA Publication.
- Redmond, G. (1991). Changing styles of sports tourism: Industry/consumer interactions in Canada, the USA and Europe, Í A. T. Sinclair og M. J. Stabler (ritstj.), *The Tourism Industry: an International Analysis* (bls. 107-120). Wallingford: CAB International.
- Standeven, J. og De Knop, P. (1999). *Sport Tourism.* Leeds: Human Kinetics.

Turco, D. og Eisenhardt, H. (1998). Exploring the sport tourism connection.
ICHIPER SD, 24-27.

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

(okautgafa_Annadóra og Katrín Annna.doc)
/Title
()
/Subject
(D:20090313152527)
/ModDate
()
/Keywords
(PDFCreator Version 0.8.0)
/Creator
(D:20090313152527)
/CreationDate
(Rögnvaldur Ólafsson)
/Author
-mark-