



Að setja sálina í pottana

ferðaþjónusta, staður, matur og margbreytileiki

Laufey Haraldsdóttir

Lokaverkefni til MA gráðu í þjóðfræði
Félagsvísindasvið



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Að setja sálina í pottana
ferðapjónusta, staður, matur og margbreytileiki

Laufey Haraldsdóttir

Lokaverkefni til MA-gráðu í þjóðfræði
Leiðbeinandi: Valdimar Tr. Hafstein

Félags- og mannvísindadeild
Félagsvísindasvið Háskóla Íslands
Október 2015

Ritgerð þessi er lokaverkefni til MA-gráðu í þjóðfræði og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi rétthafa.

© Laufey Haraldsdóttir 2015
210566-5899

Varmahlíð í Skagafirði, Ísland 2015

Útdráttur

Matur í ferðaþjónustu er efni þessarar meistararitgerðar í þjóðfræði. Markmið rannsóknarinnar er m.a. að skoða áherslur í mat og matarmenningu í ferðaþjónustu í dreifbýli, með áherslu á staðbundin matvæli. Beitt var eigindlegum rannsóknaraðferðum, fyrst og fremst í formi hálf-opinna viðtala við einstaklinga. Tilgangurinn var að greina hvað liggur að baki áherslum ferðaþjónustufólks á staðbundinn mat, og hvaða félagslegu og menningarlegu þættir hafa þar áhrif. Sjónarhornið er fyrst og fremst framboðshliðin, nánar tiltekið sjónarhorn einstaklinga sem reka ferðaþjónustufyrirtæki í dreifbýli og bjóða ferðamönnum mat. Rannsóknin leiðir í ljós að staðurinn, sem kjarninn í staðbundnum matvælum, er bæði flókinn og hreyfanlegur. Skynjun fólks af stað er mismunandi eftir bakgrunni og reynslu einstaklingsins og þeir þættir sem standa að baki áherslunni á staðbundinn mat að sama skapi fjölbreyttir. Að mörgu leyti endurspeglar bó áherslurnar stefnu opinberra aðila í kynningu á íslenskum mat og matarmenningu, en hlutur matar í opinberu kynningarefni er lítill. Líkt og hjá opinberum aðilum er náttúran baksviðið og hreinleiki hennar gulleggið, en hjá ferðaþjónustufólki í dreifbýli er áhersla á sveitina og þau gildi sem tengd eru við hana. Gerð er grein fyrir samspili hnattvæddra afla og hins staðbundna með tilliti til matar. Stór fyrirtæki hafa yfirráð á matvælamarkaði, sem virkar hamlandi á frumkvæði og nýsköpun hjá minni fyrirtækjum í matvælaframleiðslu og ferðaþjónustu. Ferðaþjónustufólk finnur sínar leiðir, í samspili við ríkjandi kerfi, til þess að gera dagleg störf sín merkingarbær – meðal annars með matreiðslu og framreiðslu matar í ferðaþjónustu.

Formáli

Þessi ritgerð er 60 eininga lokaverkefni í meistaranámi mínu í þjóðfræði við Háskóla Íslands. Leiðin að þessum lokapunkti er búin að vera bæði skemmtileg og krefjandi á stundum. Námið hefur gangast mér á ýmsa vegu bæði í leik og starfi og gefið mér innblástur í starfi mínu við Ferðamáladeild Háskólans á Hólum. Ég er ánægð með að hafa lagt í þessa vegferð, en um leið glöð að henni er brátt lokið. Hvað tekur við er óskrifað blað.

Viðmælendum þakka ég kærlega fyrir að gefa sér tíma til að ræða við mig um mat og ferðabjónustu. Leiðbeinanda mínum Valdimar Tr. Hafstein kann ég bestu þakkir fyrir góðar leiðbeiningar og hvatningu, en ekki síður fyrir sveigjanleika og mikið langlundargeð í samvinnu okkar. Sömuleiðis þakka ég starfsfélögum mínum, þeim Hjörðísi, Ingu, Guðrúnu Þóru, Guðrúnu og Leah fyrir yfirlestur og hvatningu á ýmsum stigum náms og ritgerðarsmíðar. Takk stelpur!

Þetta ferli hefur á stundum reynt á fjölskyldu- og heimilislíf. Ekki sjaldan hafa strákarnir mírir, þeir Gísli, Kolbeinn Maron og Haraldur Hjalti spurt hvernær þessum skriftum móður þeirra ljúki. Nú loksins er komið að því, Takk elskurnar mínar fyrir að krefjast athygli og toga mig upp frá tölvunni öðru hvoru. Takk líka fyrir þolinmæði, knús og spjall sem reyndist á stundum eins og vítamínsprauta þegar tölvustundirnar urðu langar. Elsku Bjarni minn – án þín hefði þetta ekki verið hægt. Takk fyrir allan yfirlestur, stuðning og þolinmæði út í gegn.

Efnisyfirlit

1	Inngangur	8
	Eitt leiðir af öðru	9
	Hversdagslegt fólk	11
	Landshlutabundin verkefni um mat og ferðapjónustu á Íslandi	14
	Uppbygging og rannsóknarspurningar	16
2	Fræðilegur bakgrunnur	19
	Staður, rými og hreyfanleiki	19
	Athafnir, tengslanet og verðandi	24
	Hópur, sjálfsmynd, umboð og túlkun	27
	Matur og ferðapjónusta	33
3	Rannsóknin	44
	Fræðilegt sjónarhorn, aðferðafræði og aðferðir	45
	Framkvæmd rannsóknar, öflun og úrvinnsla gagna	47
	Hlutverk rannsakanda, siðferði og réttmæti rannsóknar	49
	Viðmælendur	50
4	Staðbinding matar	57
	Að eiga sér stað	60
	Sveitin	68
	Hnattræn staðbinding	77
	Félagsleg sköpun staðar	83
	<i>Staðurinn sem tengslanet</i>	90
5	Matvælalandið Ísland	92
	Matur og náttúra	96
	Íslenskur landbúnaður	104
	Matur og þjóð	112
6	Að setja sálina í pottana og fitta inn í formið	122

,ég bara fitta ekki inn í formið“	122
Umsköpun, margbreytileiki og slagkraftur	129
Staðurinn ofinn úr frásögum hversdagsins.....	135
7 Niðurstöður.....	138
Heimildir	148
Ritaðar heimildir	148
Veggspjöld:.....	157
Vefheimildir:.....	157

Myndaskrá

Mynd 1. Einkennismerki nokkurra svæðisbundinna matarverkefna.	15
Mynd 2. Einkennismerki Beint frá býli.....	15
Mynd 3. Myndir af heimasíðu <i>Inspired by Iceland</i> (http://www.iceland.is/press-media/photos/).	31
Mynd 4. Myndir af heimasíðu Skjaldarvíkur og Vogafjóss sem sýnir gestgjafana á góðri stund. Birt með leyfi viðmælenda.	38
Mynd 5. Arctic kitchen á Hofsstöðum. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.....	40
Mynd 6. KEA hangikjöt frá Norðlenska. Birt með leyfi markaðsstjóra Norðlenska.	58
Mynd 7. Matseðlar í Langaholti (t.v.) og Vogafjósi (t.h.). Myndir: Laufey Haraldsdóttir....	64
Mynd 8. Skilti við Hótel Varmahlíð. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.....	66
Mynd 9. Gamlir og nýjir tímar mætast á Öngulsstöðum. Myndir: Laufey Haraldsdóttir....	67
Mynd 10. Rómatískt afdrep í Lónkoti. Myndir: Laufey Haraldsdóttir.	71
Mynd 11. Landbúnaðar- og ferðaþjónustulandslag á Geirland á Síðu. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.....	76
Mynd 12. Hangikjöt borið fram með nýstárlegum hætti á Hótel Laka. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.....	79
Mynd 13. Einblöðungur frá Íslandsstofu 2014. Í vörslu höfundar.....	92
Mynd 14 Mynd af vefsíðu Food and Fun. Textinn sem settur hefur verið inn á myndina á vefsíðu er hér settur inn af höfundi. (Mynd: Sigurjón Ragnarsson. Birt með leyfi hans)....	97
Mynd 15. Berjaskyr í Lónkoti. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.....	103
Mynd 16. Sultukrukkur til sölu á Hofsstöðum. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.	103
Mynd 17. Ostur í Vogafjósi úr eigin framleiðslu. Mynd: Laufey Haraldsdóttir	109
Mynd 18. Sultur frá nágranna til sölu á Geitafelli. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.	
Mynd 19. Sigmundur Davíð og Bjarni gæða sér ásykruðum þönnukökum við mótna stjórnarsáttmála á Þingvöllum 2013.	116
Mynd 20. Lambakjöt úr sveitinni. Mynd: Laufey Haraldsdóttir	120
Mynd 21. Heimatilbúin kindakæfa á Öngulsstöðum. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.	130

1 Inngangur

Mér hefur verið bent á mótsögnina í því að hafa alist upp í sveit og hvað ég er lengi að borða. Á uppvaxtarárum mínum, þegar enn var heyjað þurrhey í hlöður og smábagga, gilti nefnilega að „rífa í sig“ matinn til þess að tefja sig ekki frá heyskap – ekki síst ef hann var rigningarlegur. Ég þyki hins vegar standa seint upp frá borðum og tilfellið er að ég hef ákaflega gaman af því að matast og eyða tíma í það. Þetta á ekki síst við á ferðalögum, þar sem ég nýt þess að borða jafnt framandi sem kunnuglega rétti. Að hluta til deili ég þeirri upplifun margra sem matreiða að staðaldri, að njóta þess að þurfa ekki að elda. En matur á ferðalögum er líka annað og meira en frí frá daglegum skyldustörfum. Bandaríski þjóðfræðingurinn Barbara Kirshenblatt-Gimblett lýsir matarferðamennsku sem „könnunarleiðangri inn í hinn ætilega heim“¹ (2004, bls. xi). Hún segir það vera leið til þess að uppgötva, kanna, upplifa og reyna eigin mörk. Í hreyfanleika og hraða nútímans er sá eiginleiki matar að geyma tíma, rúm og minningar líka mikils virði, fullyrðir Kirshenblatt-Gimblett. Með því á hún við gildi þess að neyta matar á framleiðslustað þar sem hægt er að upplifa í senn landslag, loftslag, sögu og menningu, í gegnum matinn. Hið ekta og upprunalega eru mikilvæg hugtök í ferðaþjónustu í dag og það á ekki síst við um matarferðaþjónustu. Í kapítalískri matvælaframleiðslu nútímans, þar sem erfitt getur reynst að átta sig á innihaldi matvæla í stórmörkuðum, er kallað í auknum mæli eftir rekjanleika þeirra. Sú krafa tengist einnig heilsu, umhverfismálum, dýravernd, réttlátum viðskiptaháttum, jafnt sem sjálfsmýnd og lífsstíl. Þetta flókna félagslega fyrirbæri nútímans hefur orðið kveikjan að fjölbreyttum þverfaglegum rannsóknunum á mat, matarmenningu og ferðaþjónustu. Þar með talið rannsókninni sem þessi ritgerð byggir á.

Matur í ferðaþjónustu er kjarninn í ritgerðinni. Í rannsókninni skoða ég hvernig matur og matarmenning er nýtt í ferðaþjónustu, hvernig hann birtist í kynningarefni og er borinn fram fyrir ferðamenn. Sjónarhornið er fyrst og fremst framboðshliðin, nánar tiltekið sjónarhorn einstaklinga sem reka ferðaþjónustufyrirtæki í dreifbýli og bjóða ferðamönnum mat. Í ritgerðinni leitast ég við að lýsa hvernig mismunandi viðhorf og gildi taka á sig efnislega mynd í matnum sem þau bera fram fyrir ferðamenn og í hvaða félagslega og menningarlega samhengi þau verða til. Þá leitast ég við að greina og lýsa hvernig áherslur viðmælenda minna, þegar kemur að mat og matarmenningu í ferðaþjónustu, er öðrum

¹ Frumtexti: Culinary tourism, an exploratory relationship with the edible world.

þræði birtingarmynd sameiginlegrar ímyndar mismunandi hópa sem þau tilheyra, og gerendahæfni² þeirrar sjálfra sem einstaklinga.

Markmið rannsóknarinnar er að skoða áherslur heimildamanna minna á mat og matarmenningu í ferðapjónustu í dreifbýli, hvaða þættir hafa þar áhrif og hvernig. Ég skoða sérstaklega staðbundin matvæli og leitast við að greina hvaða merkingu viðmælendur leggja í það hugtak. Markmiðið er einnig að lýsa og leita skýringa á tilteknum þáttum í nútímasamfélagi sem tengjast matvælaframleiðslu, mat og matarmenningu – og leita eftir viðhorfum ferðapjónustufólksins til þeirra. Þá er einnig markmið rannsóknarinnar að skoða upplifun og reynslu einstaklinganna sjálfra af því að framreiða mat fyrir ferðamenn og hvaða merkingu þau leggja í sitt daglega líf í umhverfi ferðapjónustunnar.

Aðferðafræðingurinn John S. Creswell (2013) segir nauðsynlegt að höfundar kynni bakgrunn sinn fyrir lesendum sínum, til þess að þeir skilja nálgun hans og efnistök. Þessi fullyrðing Creswell virðist rökrétt og áður en lengra er halddið er því rétt að ég greini frá því hvert baksviðið er, hvernig þetta verkefni kom til og hver aðkoma mín er að því.

Eitt leiðir af öðru

Líkt og fram hefur komið sleit ég barnsskónum í sveit, þar sem hluti af fjölskyldunni minni býr enn. Sá bakgrunnur tengir mig við landbúnað og matvælaframleiðslu. Það var margt um manninn á æskuheimili mínu og ég lærði skipulag og handtök við dagleg störf í eldhúsinu hjá móður minni. Löngu seinna áttaði ég mig á því að eldhússtörfin eru ekki bara matreiðsla og uppask, heldur liggar að baki þekking, færni og sköpun sem ekki er á allra færi. Ég hef að baki dýralæknismenntun og starfaði við þá grein í nokkur ár, einkum á sviði heilbrigðis- og matvælaeftirlits. Tengingen við matvælaframleiðslu, matreiðslu og framreiðslu matvæla hélt þar áfram og frá sjónarhóli heilbrigðisfulltrúans fékk ég að skoða „baksviðs“ í eldhús, búr og geymslur veitingastaða og ferðapjónustufyrirtækja af ýmsu tagi. Þetta voru mín fyrstu kynni af framboðshlið ferðapjónustu á Íslandi. Kynni mín af mat og ferðapjónustu áttu eftir að aukast því atvik höguðu því þannig að ég réðst til starfa við Ferðamáladeild Háskólans á Hólum og síðasta rúma áratuginn hef ég starfað við kennslu í ferðamálafræði og komið að ýmsum rannsóknar- og þróunarverkefnum sem tengjast mat og ferðapjónustu.

² Gerendahæfni er íslensk þýðing á hugtakinu *agency*, sem í félagsvísindum er notað yfir þá getu einstaklingsins að taka frumkvæði í daglegum athöfnum, taka sjálfstæðar ákvarðanir og viðhalda gagnrýnni hugsun (Giddens, 1979, bls. 49-55; Ortner, 1984).

Við kynni míin af ferðamálafræði og starfi á þeim vettvangi vaknaði áhugi fyrir hug- og félagsvísindum. Mér hugnaðist einkum það sem Tribe kallar félagsvísindi ferðamála (2010, bls. 29-31) og gat líka gleymt mér við lestar greina um menningu í ólíku samhengi. Það var svo 2010 sem ég hóf nám í þjóðfræði við Háskóla Íslands og þá fór boltinn að rúlla. Í náminu hef ég m.a. lesið kenningar um félagslega og pólitíkska uppbyggingu vestrænna samfélaga og meint eðli, móturn og/eða atgervi einstaklinga. Mig rak á tíðum í rogastans yfir því hvernig þessar fræðilegu hugmyndir og kenningar afbyggja – eða hreinlega rústa viðteknum „sannindum“ og lögmálum samfélagsins. Það má segja að ég hafi vent mínu kvæði í kross. Þær dyr sem ég hafði sjálf opnað til hálfs með lestri og vangaveltum í tengslum við vinnu mína á Hólum, opnuðust nú upp á gátt. Ég yfirlitsiðnaðinn svokallaða og sökkti mér í þekkingaröflun á algerlega nýju sviði. Í þjóðfræðinni opnaðist nýr heimur og tækifæri til þess að skoða veröldina með allt öðrum hætti en áður.

Matur í ólíku samhengi hefur fylgt mér alla tíð. Í eldhúsínu allt frá æsku, við landbúnaðarstörf í sveitinni, í dýralækningunum, heilbrigðiseftirlitinu og vinnu minni á Hólum. Ég var því frá upphafi námsins staðráðin í að skrifa meistararitgerð sem fjallaði um það efni og það má segja að bakgrunnur minn, áhugamál og starfsgrein birtist í efni þessarar ritgerðar. Það tók mig þó drjúgan tíma að komast inn í „hugsunarhátt“ þjóðfræðinnar og sennilega vegna eigin fyrirfram gefnu hugmynda um greinina, upplifði ég um tíma að hún snérist aðalega um dreifbýli og forna bændamenningu, hefðir og áþreifanlega hluti eða sagnir úr fortíðinni. Lengi vel átti ég því erfitt með að staðsetja mig innan þjóðfræðinnar með rannsóknarefninum. Mig langaði til þess að taka viðtöl við fólk sem framreiðir mat fyrir ferðamenn, skoða hugmyndir þeirra og viðhorf, sem og þá merkingu sem þau leggja í sín daglegu störf. Það sem helst vafðist fyrir mér, fyrir utan það að skilgreina þjóðfræðaefnið (e. *lore*) í rannsóknarhugmyndinni, var hvort sá hópur sem ég ætlaði að rannsaka, þ.e. atvinnurekendur í ferðapjónustu, væri fullgildur hópur (e. group) eða alþýða (e. folk eða *ethno*)³ í skilningi þjóðfræðinnar. Þetta voru grundvallarsprungar þegar ég var að hefja rannsóknina og í næsta kafla mun ég leitast við að rökstyðja, fyrir sjálfri mér og öðrum, að viðhorf, skynjun og athafnir fólks í nútímanum er þjóðfræðaefni – og að ferðapjónustuaðilar eru líka alþýða eða „fólk“. Í þeirri viðleitni mun ég greina frá því hvernig þjóðfræðin hefur

³ Ensku hugtökin *folklore* og *ethnology* þýða bæði þjóðfræði.

þróast og hvernig orðin og hugtökin hafa verið skilgreind og endurskilgreind í takt við samfélagsbreytingar.

Hversdagslegt fólk

Who are the folk? Among others, we are! (Alan Dundes, 1980, bls 19).

Á móttunarárum þjóðfræðinnar í Evrópu á átjándu og nítjándu öld var það hlutverk þjóðfræðinga, sem gjarnan komu úr efri stigum samfélagsins, að safna, geyma og varðveita þjóðháttaefni ýmisskonar sem menn óttuðust að væri við það að glatast. Lögð var áhersla á að safna efni í dreifbýli meðal bænda og alþýðufólks, því í hugum þjóðháttasafnara þess tíma stóð alþýðan og bændur í nánu sambandi við náttúruna og voru handhafar menningar sem þótti hreinni og nær upprunanum en nútímanenning hins iðnvædda þéttbýlis. Alþýðumenningin teygði sig aftur fyrir daga iðnbyltingar og þeirrar spillingar sem henni fylgdi og mikilvægt þótti að bjarga þessum menningarminjum úr fortíðinni og koma þeim í safngeymslur til varðveislu fyrir komandi kynslóðir (Giolláin, 2000/2007, bls. 44-49). Þannig fékk þjóðfræðin það orð á sig að vera að skoða það sem er til í nútímanum – en er samt ekki alveg statt í nútímanum (Kirshenblatt-Gimblett, 1995, bls. 411), þ.e. að vera að skoða *leifar* sem tilheyrðu öðrum tíma. Þessi sterka fortíðartenging var aðaleinkenni þjóðfræðinnar fram yfir miðja tuttugustu öld (Dundes, 1980, bls. 5-6).

Alþýðumenningin bar vitni um uppruna borgaranna sem höfðu þróast áfram til siðmenningar og nútíma og þeir horfðu til hennar með ákveðinni fortíðarþrá og rómantískum hugmyndum um þá gömlu góðu daga. Í þessum *leifum* fortíðar speglaði borgarastéttin sig og styrkti þannig eigin ímynd sem andstæðu alþýðunnar. Borgarastéttin skilgreindi sig þannig sem hóp með því að bera sig saman við annan hóp í samféluginu. (Dundes, 1980, bls. 2-6; Giolláin, 2000/2007, bls. 32-62; Oring, 1986, 5-7). Sá hópur tilheyrði dreifbýlinu, náttúrunni og fortíðinni, meðan borgarastéttin tilheyrði þéttbýlinu, menningunni og nútímanum. Þannig urðu mismunandi hópar til með því að stilla þeim upp hvorum á móti öðrum sem andstæðum (sjá m.a. Dundes 1980, bls. 1-19 og Giolláin, 2000/2007, bls. 1-62), þar sem annar hópurinn er skilgreindur fyrst og fremst út frá því sem hann er ekki.

Þó alþýðumenning fari í eðli sínu þvert á landamæri og mörk, lék hún mikilvægt hlutverk í sköpun þjóða á nítjándu og tuttugustu öld, studd af hugmyndafræði rómantíkurinnar. Alþýðuhefðir voru þar hlutgerðar og nýttar sem sameiningartákn fyrir viðkomandi þjóð, eitthvað sem var þess virði að varðveita og berjast fyrir. Alþýðuhefðir báru

m.a. vitni um sameiginlegan uppruna, sögu og tungumál sem voru og eru mikilvæg táknaðir í Írskum. Írskur þjóðfræðingurinn Diarmuid Ó Giolláin fjallar um það hvernig minni og gleyska voru helstu vopnir í því að skapa þjóðarímyndir, meðal annars með því að ákveða hvað var sett upp til sýnis á söfnum og hvað ekki. Þjóðfræðin tók þátt í þessari þjóðarskópun og átti hvað mestan uppgang í þeim löndum Evrópu sem háðu sjálfstæðisbaráttu á þessum tíma (Anttonen, 2005, bls. 83-85; Dundes, 1980, bls. 1; Giolláin, 2000/2007, bls. 63-77). Í þjóðernishugsun snýst þetta um að bjarga eða vernda menningu – þá oft gegn utanaðkomandi áhrifum. Hér á landi var alþýðumenning einnig hlutgerð í sjálfstæðisbaráttunni. Lögð var áhersla á sveitasamfélag og bændamenningu sem hið ekta og upprunalega sem þjóðinni bæri að varðveita og rækta um leið og spornað yrði við utanaðkomandi spillingu. Orðræðan hér tildeindar var í þessu samhengi á svipuðum nótum og mæring borgarastéttar Evrópu á alþýðumenningu, þó á öðrum tíma væri.

Það voru tvær hliðar á orðræðunni hérna, nokkuð mótsagnakenndar, því á sama tíma og bændamenning var mærð og talin vera hin eina sanna menning sem myndi sameina þjóðina í eina heild, voru hetjur þjóðveldistímans upphafnar sem sjálfstæðir og framsæknir einstaklingar sem létu ekki segja sér fyrir verkum. Nútímaðurinn líktist meira hetjum þjóðveldistímans í þeirri orðræðu – og hann kom úr þéttbýlinu í Reykjavík (Guðmundur Hálfdarson, 2001/2007, 142-145, 179-181; Sigríður Matthíasdóttir, 2004, bls. 41-73, 85-91, 113-162). Sigríður Matthíasdóttir talar um „tvískinnung íslenskrar þjóðernisorðræðu“ í bók sinni *Hinn sanni Íslendingur – þjóðerni, kyngervi og vald á Íslandi 1900-1930* þar sem í orðræðunni um upphafningu sveitamenningar hafi verið krafa um að einstaklingarnir beygðu sig undir þarfir heildarinnar, meðan „[...] einstaklingshyggja, stjórnmálaleg yfirráð, „hámenning“, efnahagsmál og nútímalegt borgaralegt lífarni hafi átt að vera forréttindi fremur fámanns hóps karlkyns betri borgara“ (bls 161). Þessi tvískinnungur íslenskrar þjóðernisorðræðu er samsvarandi mótsagnakenndri orðræðu borgarastéttar Evrópu um alþýðumenninguna sem hún mærði um leið og hún fyrndi hana.

Það urðu til ákveðnar mótsagnir í þjóðfræðinni, tengdar tilurð hennar og þróun. Hún fjallar um menningu hópa, þjóða og þjóðarbrotta – en fer um leið þvert á öll mörk og vill draga fram margbreyleika í samspili einstaklinga og umhverfis. Elliot Oring bendir á þessa „úlfakreppu“ þjóðfræðinnar í bók frá 1986 *Folk Groups and Folklore Genres. An Introduction*, þar sem hann segir þjóðfræðinga annars vegar halda því fram að þjóðfræðaefni sé alheims fyrirbæri sem tilheyri öllu mannkyni, en hins vegar geti svokölluð hámenning og

stofnanamenning ekki tilheyrt þjóðfræðinni, því hún skilgreini slíkt ekki sem alþýðumenningu. Í því samhengi séu ákveðnir hópar undanskyldir.

Um og eftir miðja tuttugustu öld verða breytingar. Þjóðfræðingurinn Alan Dundes kom þá fram með skilgreiningu á alþýðu, sem meðal annars er vitnað til í upphafi þessa undirkafa. Skilgreiningin birtist fyrst 1965, en kom út í bók hans frá 1980, *Interpreting Folklore* (bls. 6). Með þessari skilgreiningu vildi Dundes eyða þeim flokkadrætti sem fólst í því að skilgreina einungis fólk úr lægri stéttum samfélagsins sem alþýðu. Með skilgreiningu Dundes var fólk úr hærri samfélagsstigum þá líka alþýða, gat lifað hverdagslegu lífi og átt sínar hefðir og sérkenni líkt og aðrar stéttir. Þó þessi skilgreiningin hafi notið mikilla vinsælda og losað þjóðfræðina undan þeirri byrði sem hin rómantískra sýn á sveitirnar og fortíðina voru, var hún gagnrýnd fyrir hversu víð og almenn hún væri.

Oring bendir á (1986, bls. 4) að skilgreining Dundes bjóði upp á að allir séu alþýða og þá sé í raun öll manna verk alþýðumenning eða þjóðfræði. Að mati Oring er ekki hægt að skilgreina þjóðfræðaefni með einföldum hætti og allar tilraunir til slíks gegnum tíðina hafi ýmist búið til alhæfingar um þjóðfræði eða orðið til þess að undanskija það sem vissulega væri þjóðfræði (bls. 4, 14). Einföld skilgreining á því hvað þjóðfræði er og listi yfir það hvað megi teljast til þjóðfræðaefnis er því óþarfi að mati Oring og í raun hamlandi. Hann mælir með að við hugsum um þjóðfræðina sem ákveðna afstöðu (e. orientation), þar sem hægt er að nálgast efnið í gegnum tiltekin hugtök eða hugtakaflokka – og þannig rannsakað nánast hvað sem er í mannlegu samfélagi með skapandi hætti (bls. 18). Þau hugtök sem í reynd hafa tekið við af alþýðu eða þjóð (e. folk eða ethno) í þjóðfræði eru hópur (e. group) og samfélag (e. community). Nánar verður komið að skilgreiningum þjóðfræðinga á þeim hugtökum, í fræðilegum hluta ritgerðarinnar (kafla 2).

Þýski þjóðfræðingurinn Gertraud Koch fjallar um þjóðfræði vinnumenningar og atvinnugreina. Hún útskýrir hvernig sá kimi þjóðfræðinnar þróaðist frá þjóðháttasöfnun nítjándu aldar, til áhuga þjóðfræðinga á hæfileikum og efnismenningu og síðar til áhuga á tengslum á milli vinnumenningar, stéttu, kynþátta og kynja. Koch færir m.a. rök fyrir því að vinnumenning sjálfstæðra atvinnurekenda hljóti að falla undir skilgreiningu á þjóðfræðaefni og þar á meðal menning lítilla fjölskyldufyrirtækja (2012/2014, bls. 158-161). Heimildamenn míni tilheyra flestir litlum fjölskyldureknum fyrirtækjum í eigin eigu. Koch segir nýja nálgun þjóðfræðinnar á viðfangsefni sín, sem tekur til greina hreyfanleika nútímans, tækninýjungar og sveigjanleika bjóða upp á annars konar rannsóknarspurningar en áður. Áfram sé þó afar

mikilvægt að rannsóknarefnið sé sett í samhengi í tíma og rúmi. Þar komi sér vel sú hefð þjóðfræðinga að líta jafnt aftur í tímann, til samtímans og fram á við. Hún leggur sérstaka áherslu á að nákvæm greining á samhengi daglegs lífs, þar sem litið er til þess hvernig fólk af öllum stéttum tjáir sig gegnum mismunandi táknerfi og efnismenningu, sé svið þar sem þjóðfræðin sé líkleg til þess að leggja sitt af mörkum til fræðasamfélagsins (bls. 164).

Það er á þessum forsendum sem ég nálgast viðfangsefni þessarar rannsóknar. Að allir einstaklingar tilheyri í raun „þjóðinni“ í þjóðfræði, en að það sé ákveðin afstaða eða sjónarhorn, sem og notkun tiltekina hugtaka og hugsanleg tenging þeirra innbyrðis, sem ákveði efnistök og afmörkun viðfangsefnisins. Ég skoða fólk í ferðapjónustu í senn sem atvinnurekendur og einstaklinga og hvernig þau tjá sig í gegnum mat og matarmenningu sem hluta af táknerfi og efnismenningu umhverfisins. Ég leitast við að skyggast á bak við tjöldin og skoða hvaða viðhorf og gildi liggja þarna að baki. Þá leitast ég við að setja þær niðurstöður í samhengi við samfélagsgerð og hnattræn ferli. Hugtökin *staður*, *sjálfsmýnd*, *umboð*, *hreyfanleiki* og *athafnir* eru lykilhugtök í greiningu minni, sem ég nota til þess að skoða hvaða merking liggar að baki nýtingu matar og matarmenningar í ferðapjónustu.

Landshlutabundin verkefni um mat og ferðapjónustu á Íslandi

Áður en lengra er haldið er rétt að greina frá tiltekinni þróun hérlendis, skömmu eftir aldamótin síðustu, þar sem stofnað var til samstarfsverkefna um tengingu matar og ferðapjónustu víðsvegar um landið. Nokkrir af viðmælendum mínum tóku og taka þátt í slíkum verkefnum. Um er að ræða samstarfvettvang fyrirtækja í ferðapjónustu, matvælaframleiðslu og (oftast) opinberra aðila, líkt og sveitarfélaga eða atvinnuþróunararfélaga. Ýmist er um að ræða formlegt klasasamstarf⁴, eða óformlegt samstarfsnet fyrirtækja og opinberra aðila sem eiga sameiginlegra hagsmuna að gæta. Unnið er eftir markmiðum sem þátttakendur bindast samtökum um, líkt og að: auka samstarf á svæðinu, efla gæðaímynd staðbundinna matvæla, gera þau meira sýnilegri almenningi og stuðla að nýsköpun í matarmenningu svæðanna. Dæmi um slík samstarfsverkefni eru Matarkistan Skagafjörður (Matarkistan Skagafjörður, án árs), Þingeyiska matarbúrið (Atvinnuþróunararfélag Þingeyinga, án árs), Austfirskar krásir (Austfirskar krásir, án árs), Veisla

⁴ Klasi hefur verið skilgreindur sem landfræðileg þyrring tengdra fyrirtækja; birgja, þjónustuaðila og stofnana sem eiga í samkeppni en einnig formlegri samvinnu. Mikilvægt er að fyrirtækin innan klaskan hafi sameiginlega framtíðarsýn, að markmið klasans séu augljós og fyrir liggji fastmótað skipulag og samstarfsvettvangur (Karl Friðriksson og Sævar Kristinsson, án árs; Porter, 2000).



Mynd 1. Einkennismerki nokkurra svæðisbundinna matarverkefna.

að vestan (Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða, án árs) og Taste of Vatnajökull (Ríki Vatnajökuls ehf, án árs). Sjá má einkennismerki nokkurra þessara verkefna á mynd 1. Matarkista Skagafjarðar reið á vaðið árið 2004, en fljólega spruttu upp samskonar verkefni hringinn í kringum landið (Laufey Haraldsdóttir, 2009), ýmist að frumkvæði framleiðenda og þjónustuaðila á svæðunum, eða opinberra aðila.



Mynd 2. Einkennismerki Beint frá býli.

Mikill áhugi var á nýsköpun í ferðaþjónustu tengt mat og matarmenningu, þegar verkefnum þessum var komið á koppinn. Á svipuðum tíma varð til landsbundið verkefni, stutt af ríkinu, sem hafði það að leiðarljósi að kanna möguleika bænda á að selja vörur sínar milliliðalaust til neytenda (Árni Jósteinsson, o.fl., 2007). Úr því verkefni varð til grasrótarfélagið Beint frá býli (sjá mynd 2), sem er

félag bænda sem stunda sölu afurða beint frá býli bónda. Misjafnt er hvernig verkefnunum hefur reitt af. Hjá sumum

þeirra virðist starfsemin alveg liggja niðri, meðan í öðrum er nokkur starfsemi (Fanney Björg Sveinsdóttir, 2012).

Verkefnin urðu að sjálfsögðu ekki til án samhengis og eru undir sterkum áhrifum frá alþjóðlegu samtökunum Slow Food og norræna samstarfsverkefninu Ný Norræn Matargerðarlist, sem nánar verður greint frá í fræðilegum hluta ritgerðarinnar hér á eftir. Samkvæmt Hall, Mitchell, Sharples, Macionis og Cambourne hafði auk þess vaknað áhugi á Vesturlöndum á því að auka samstarf matvælaframleiðslu og ferðaþjónustu á dreifbýlum svæðum. Markmiðið var að sporna við efnahagslegri hnignun sem þessi svæði stóðu frammi fyrir vegna fólksfækkunar og einhæfs atvinnulífs (2003, bls. 25-33). Það var í þessu alþjóðlega umhverfi sem svæðisbundnu matarverkefnin urðu til hérlendis. Þó ekkert þeirra hafi náð að

þróast í víðtæka samvinnu á svæðunum, vöktu þau fólk til vitundar um svæðisbundna framleiðslu og möguleikana sem í henni fólst fyrir ferðaþjónustu.

Uppbygging og rannsóknarspurningar

Í meginindráttum skiptist ritgerðin í two hluta. Fyrri hlutnum (kaflar 1-3) er ætlað að gefa yfirlit yfir efnistök, tilgang verksins og fræðilegan bakgrunn þess, auk þess sem gögnunum sem liggja til grundvallar rannsókninni er lýst, ásamt sjónarhorni og aðferðum við öflun og greiningu gagna. Seinni hlutinn samanstendur af greiningarköflum ritgerðarinnar (kaflar 4-6), þar sem rannsóknargögnin tala sínu máli, og lokakafla (kafli 7), þar sem ég dreg saman meginþræði ritgerðarinnar.

Ritgerðin hefst á því að greint er frá aðdraganda þessa meistaraverkefnis, bakgrunni mínum og aðkomu. Í kaflanum eru efnistök kynnt til sögunnar og greint frá markmiðum rannsóknarinnar. Þar sem ég hef ekki grunnnám í þjóðfræði fannst mér nauðsynlegt að fara yfir sögu og sjónarhorn þjóðfræðinnar og hvernig viðfangsefni ritgerðarinnar passar inn í þann ramma. Þetta geri ég í sérstökum undirkafla hér að framan, sem nefnist „Hversdagslegt fólk“. Þá er rakin þróun svæðisbundinna matarverkefna í dreifbýli hérlandis upp úr aldamótunum 2000. Að lokum er hér greint frá köflunum í hnottskurn, sem fylgt er eftir með rannsóknarspurningum.

Í kafla tvö geri ég grein fyrir stöðu þekkingar og kynni til sögunnar helstu kenningar og hugtök sem mótað hafa sjónarhorn mitt í ritgerðinni. Sú umfjöllun er þverfagleg og áhersla er annars vegar á fræðilega umræða um þau meginhugtök sem standa að baki ritgerðinni, og hins vegar á hugmyndir og kenningar um mat og ferðaþjónustu.

Kafli þrjú greinir frá þeirri aðferðafræði og þeim aðferðum sem liggja til grundvallar ritgerðinni. Rannsóknin er eigindleg rannsókn þar sem mótnunarhyggja, túlkunarfræði og kenningar um táknibundin samskipti móta sjónarhornið. Í kaflanum geri ég grein fyrir framkvæmd rannsóknarinnar; öflun og úrvinnslu gagna. Ég geri nokkuð ítarlega grein fyrir hlutverki mínu sem rannsakanda og bæti þar við greinargerð um aðkomu mína að verkinu í kafla eitt. Þá er siðferði og réttmæti rannsóknarinnar rætt og að lokum eru viðmælendur mínr kynntir til sögunnar.

Fjórði kaflinn er fyrsti greiningarkaflinn, þar sem greint er frá niðurstöðum rannsóknarinnar. Staður og rými eru grunnhugtök í þeim kafla, þar sem kenningar um þau og tengsl þeirra liggja til grundvallar. Staðbundin matvæli, matur úr héraði og beint frá býli eru

algeng stef í ferðaþjónustu samtímans. Viðmælendur mínir leggja flestir áherslu á að nýta mat úr nágrenni sínu og kynna það fyrir gestum. Í kaflanum leitast ég við að greina hvað liggur að baki því að tengja mat við stað. Ég skoða m.a. tengsl viðmælenda minna við staðinn og rýni í það hvernig staðurinn verður til í gegnum flókið tengslanet staðbundinna og hnattrænna ferla sem viðmælendur mínir eru hluti af. Þá skoða ég hvernig þeir yfirlægja ýmis huglæg gildi sem tengjast stað, beint eða óbeint, yfir á matinn sem þau bera á borð og kynna fyrir gestum.

Í fimmta kafla skoða ég viðmælendur mína sem hluta af mismunandi hópum. Ég skoða hvað liggur að baki ímyndinni um Ísland og Íslendinga. Þá skoða ég hverjir eru helstu áhrifavaldar í þeirri ímyndarsköpun, með sérstaka áherslu á samhengi íslenskrar ferðaþjónustu. Ég velti því fyrir mér að hve miklu leyti einstakir ferðaþjónustuaðilar endurspeglar orðræðuna um íslenska matvælaframleiðslu á opinberum vettvangi og þá ímynd sem birtist í opinberum gögnum um matvælalandið Ísland. Viðhorf heimildamanna minna til íslenskrar matvælaframleiðslu verður skoðað - og í kaflanum mun ég einnig rýna í hvað liggur að baki tengingunni milli náttúru og matvæla annars vegar, og milli hefða og matvæla hins vegar.

Í sjötta kafla beini ég sjónum að einstaklingunum. Ég skoða hvernig athafnir þeirra og gerendahæfni fylla rýmið merkingu og umbreyta stöðum í þeirra eigið persónulega rými. Þá skoða ég athafnir þeirra í samhengi við ríkjandi skipulag og athafnir yfirvalda. Í þessum kafla skoða ég hvaða þættir hafa áhrif á matreiðslu og framreiðslu veitinga. Meðal annars hvernig minningar, hefðir, hæfileikar, sköpunarþörf og hugsjónir eru endalaus uppsprettu hugmynda í matargerð, en daglegt amstur og tímaleysi leggur stundum höft á framtakið. Að lokum dreg ég saman hvernig þau sibreystilegu tengslanet sem viðmælendur mínir eru hluti af skapa hreyfingu sem gerir ráð fyrir stöðugri umsköpun og nýsköpun – á staðnum og í matargerð.

Eitt af markmiðum rannsóknarinnar er að greina hvaða merkingu viðmælendur leggja í hugtakið staðbundin matvæli. Til þess að nálgast þetta markmið er leitað svara við spurningunni:

Hvernig verður staður til, í staðbundnum matvælum?

Í rannsókninni hef ég lagt áherslu á að greina þau viðhorf sem viðmælendur hafa til matvælaframleiðslu og kynningar á íslenskum mat, sem og þau gildi sem þau tengja við mat og matarmenningu. Í þessu sambandi er lögð fram spurningin:

Hvaða viðhorf og gildi liggja að baki áherslum ferðaþjónustufólks í dreifbýli á mat og matarmenningu í ferðaþjónustu?

Í anda þjóðfræðinnar hef ég leitast við að skoða það samhengi sem viðmælendur mínir búa og starfa í, og lýsa og leita skýringa á tilteknum þáttum í nútíma samfélagi sem tengjast matvælaframleiðslu, mat og matarmenningu. Í því samhengi er lögð fram spurningin:

Hvaða menningarlegu og félagslegu þættir hafa áhrif á viðhorf og athafnir ferðaþjónustuaðila í dreifbýli, hvað varðar mat og matarmenningu í ferðaþjónustu?

Þá er markmiðið að skoða hvaða merkingu þau leggja í það sem þau gera og því er lögð fram spurningin:

Hvaða merkingu leggja ferðaþjónustuaðilar í dreifbýli í þá daglegu athöfn að matreiða og framreiða mat fyrir ferðamenn?

2 Fræðilegur bakgrunnur

Í kaflanum verður varpað ljósi á helstu hugmyndir og kenningar sem ég hef stuðst við í rannsókninni. Ferðaþjónusta og matur eru hvorutveggja víðfeðm viðfangsefni og snerta ýmsa þætti samfélagsins. Því er leitað fanga víða í kenningum sem henta þóttu viðfangsefninu. Rannsóknin er unnin frá sjónarhorni þjóðfræðinnar, en kenningaleg nálgun og þær heimildir sem hér eru lagðar til grundvallar eru þverfaglegar. Í anda þjóðfræðinnar leitast ég við að lýsa og greina viðhorf fólks sem tekur á móti ferðamönnum dags daglega; hvernig þau upplifa umhverfi sitt, skynja hlutverk sitt sem gestgjafar og hvernig þau glæða daglegt líf sitt, í ferðaþjónustu, merkingu – meðal annars með matnum sem þau bera á borð. Með þetta að markmiði hef ég sótt í smiðju fræðimanna sem sett hafa fram kenningar um sköpun staða og staðbindingu, hópa, samfélög og sjálfsmyndir, umboð og túlkun, athafnir, hreyfanleika og tengslanet. Þá geri ég grein fyrir þeim fræðilega bakgrunni sem ég hef stuðst við varðandi mat, matarmenningu, matvælaframleiðslu og matarferðaþjónustu. Í hnottskurn er það upplifun fólks af eigin aðstæðum og umhverfi, sem og gerendahæfni þess, í samspili við samfélagsgerð og viðteknar hugmyndir samfélagsins, sem ramma inn ritgerðina og þar með kenningalega nálgun.

Staður, rými og hreyfanleiki

Matur hefur gerendahæfni (e. agency) til þess að hafa áhrif á sköpun staða, segir ferðamálafræðingurinn Sally Everett. Everett gerði tilviksrannsóknir á Írlandi og Skotlandi þar sem matvælaframleiðslustöðum hafði verið breytt í ferðamannastaði. Ferðamenn gátu fylgst með framleiðslunni, borðað hana á staðnum og keypt minjagripi tengda henni til að taka með heim. Þessar matartengdu athafnir segir Everett hafa þau áhrif að umbreyta og skapa staði, og þau áhrif tengast skynjun og upplifun ferðamannanna af því sem þeir sjá, heyra og bragða (2012, bls. 535). Frásögn ferðamanns á *Tripadvisor*, af reynslu sinni af Vogafjósi, lýsir því hvernig bændabýli umbreytist í rými upplifunar fyrir ferðamenn;

Máltíðin í aðalbyggingunni var sú besta sem við höfum fengið, morgunmaturinn var himneskur með frábærum ferskum ostum, brauði, sultum o.s.frv. Á meðan gátum við fylgst með sauðfénu! Bara hugsunin um kýrnar í sama húsi og að geta gengið frá herbergini sínu að búinu, var spennandi fyrir borgarbarnið. Bjálkakofinn, glæsilegt landslagið og loftið var frábært. Leið eins og ég væri stödd úr alfaraleið og að þetta væri nákvæmlega það sem ferðin til Íslands snérist um

(„glamcatster“ frá New York á *Tripadvisor* 10. 06. 2015).⁵

Fyrir bændurna í Vogum er býlið eflaust ósköp venjulegt sveitabýli þar sem fram fer matvælaframleiðsla og rekin er ferðaþjónusta. Séð með augum ferðamannsins er staðurinn hins vegar rými fyrir spennandi upplifun. Lesa má út úr tilvitnuninni að sú upplifun komi heim og saman við hugmyndir ferðamannsins um áfangastaðinn Ísland.

Landfræðingurinn Yi-Fu Tuan setur fram kenningar um tengsl staðar og rýmis í bók sinni *Space and place. The perspective of experience*, sem kom fyrst út 1977. Hann segir fólk taka þessu tvennu sem gefnu í daglegu lífi og sjaldan velta fyrir sér merkingu orðanna. Við búum á stað og erum staðsett í *rýminu*. Oft þýða þessi orð líka það sama, en ef vel er að gáð geta þau haft mismunandi merkingu og boríð mismunandi gildi sem við gerum okkur ekki grein fyrir við fyrstu sýn. Í greiningum Tuans þýðir staður *öryggi* og rými *frelsi*, staðurinn er efnislegur, afmarkaður og kunnuglegur (sveitabýli, matvælaframleiðslustaður), en rýmið óhlutbundið, óendanlegt og ókunnugt (vettvangur fyrir frjálst ímyndunarafl ferðamannsins) (Tuan, 2014, bls. 3-4).

Kenningar Tuans henta að mörgu leyti til þess að útskýra tengsl viðmælenda minna við staðinn þar sem þau búa og reka ferðaþjónustu, og hvernig þau tengsl hafa áhrif á hugmyndir þeirra um staðinn. Hvorutveggja hefur svo áhrif á hvernig þau túlka staðinn fyrir gestum sínum, meðal annars í gegnum matinn sem þau framreiða. Þau bjóða öll upp á mat af staðnum eða svæðinu, þó þau nýti þann þátt mismikið í markaðsetningu og kynningu ferðaþjónustunnar.

Yi-Fu Tuan byggir kenningar sínar m.a. á fyrirbærafræði (Cresswell, 2002, bls. 12). Í fyrirbærafræði er upplifun mannsins af umhverfi sínu skoðuð innan frá og gert ráð fyrir að öll þekking komi frá einhverju sem ómeðvitað er lært áður (Merleau-Ponty, 1945/2012, bls. 9). Með öðrum orðum, þekking okkar mótað af okkar eigin reynslu og upplifun af heiminum. Þegar við komum á nýjan stað, berum við með okkur fyrirfram mótuð viðhorf, sem hafa áhrif á hvernig við upplifum staðinn. Þetta má heimfæra á upplifun ferðamanna af stað, en það má einnig heimfæra það á viðmælendur mína og viðhorf þeirra til staðarins, þar sem þau

⁵ Frumtexti: The food dining in the main house was the best we had, the breakfast was divine with amazing fresh cheeses, bread, jams, etc. All while watching sheep! Just the idea that the cows are in right there and that you can walk back and forth from room to the farm area alone was exciting for this city girl. Loved the log cabin stay & gorgeous landscape/air. Felt remote and precisely what coming to Iceland was all about („glamcatster“ frá New York á *Tripadvisor* 10. 06. 2015).

reka ferðapjónustu. Samkvæmt Tuan (2014, bls. 136-137) breytist rýmið í stað þegar það er vel þekkt – er öruggt og afmarkað. Ef staðurinn er alkunnur, líkt og æskuslóðir eða heimabyggð, hefur hann tekið þátt í að móta hugsunarhátt okkar og heimsmynd. Tuan skilgreinir mismunandi stig þekkingar eða reynslu af stað (bls. 6). Það má hugsa sér kvarða þar sem bein, náið reynsla og djúp þekking af stað er á öðrum endanum og óbein hugmyndafræðileg þekking og yfirborðskennnd reynsla af stað er á hinum endanum. Á þennan ímyndaða kvarða mætti staðsetja viðmælendur eftir því hversu sterka tengingu og djúpar rætur þau hafa til staðarins þar sem þau búa og starfa.

Að vissu leyti kallast fyrstu hugmyndir félagsfræðingsins John Urry, um neyslu ferðamanna, á við kenningar Tuans. Þær hugmyndir setti Urry fram í áhrifamikilli bók sinni *Consuming Places* (1995/2002), þar sem hann fjallar um það hvernig neyslan fer fram bæði bókstaflega, með kaupum á vörum og þjónustu, og táknaði í þeiri merkingu sem ferðamenn leggja í það sem þeir sjá og heyra. Í hugmyndum þessara tveggja fræðimanna endurspeglast skýr mörk á milli þess hlutlæga og þess huglæga. Hið hlutlæga er hinn efnislegi staður eða vörurnar sem ferðamaðurinn kaupir. Hið huglæga er aftur á móti rýmið sem gefur ímyndunaraflinu „frelsi“ og upplifuninni merkingu, byggt á bakgrunni og fyrirfram mótuðum viðhorfum einstaklingsins.

Urry var gagnrýndur fyrir að byggja kenningar sínar fyrst og fremst á sjónrænum áhrifum hins efnislega staðar, þar sem ferðamenn eru hlutlausir neytendur (MacCannel, 2001, bls. 25; Perkins og Thorn, 2001, bls. 186). Hann átti seinna eftir að útfæra kenningar sínar og skilgreina ferðamannastað sem sameiginlega framleiðslu og neyslu ferðapjónustunnar og ferðamanna (Bærenholdt, Haldrup, Larsen og Urry, 2004). Tuan hefur hins vegar haldið sig við að hinn efnislegi staður og tenging einstaklinga við hann, sé það sem gefi hlutunum merkingu. Í kenningum hans er staðurinn myndhverfing heimilis, öryggis, menningar og siðferðis (Cresswell, 2002, bls. 14). Hinn mikli hreyfanleiki nútímans grefur, að hans mati, undan tengingu fólks við staði og skapar glundroða og rótleysi í nútímanum.

Þessu er landfræðingurinn Tim Cresswell ekki sammála. Hann segir hugmyndir um staðinn sem efnislegan og afmarkaðan, sem og myndhverfing staðarins sem heimilis, bjóða upp á aðgreiningu og útilokun. Hann telur að þessi hugsunarháttur gefi tilefni til alhæfinga og að einblínt sé um of á tvíeykið við og hinir. Þannig komum við ekki auga á fjölbreytileikann í hinum hreyfanlega heimi samtímans (2002, bls. 18). Það virðist vera okkur mannfólkinu afar tamt að skiptast í fylkingar. Við könnumst flest við að stundum erum við við og stundum hinir

– en oft, sem betur fer, einhvers staðar þar á milli. Þessi tvískipting þarf heldur ekki að vera neikvæð, þó hún sé oft grunnstef átaka.

Í viðtolunum er mikið komið inn á íslenskan mat og mikilvægi þess að kynna hann fyrir erlendum ferðamönnum⁶. Öðrum þræði má skilgreina áherslu og túlkun ferðaþjónustuaðila á íslenskum mat sem heimboð, þar sem gestum er boðin sýn á íslenska menningu og siði um leið og náttúran er á vissan hátt sviðsett í matnum með skírskotunum í bein tengsl þar á milli. Það má sjá fyrir sér að ferðamönnum sé boðið „inn á heimilið“ og fái að snerta, bragða og finna - ekki bara „glápa“ (e. gaze) hlutlaust og utanfrá. Það er þó fín lína á milli innlimunar (e. inclusion) og útilokunar (e. exclusion). Með því að leggja áherslu á og skilgreina hvað er íslenskur matur og íslensk hefð í matargerð, erum við um leið að skilgreina hverjir eiga tilkall til þeirrar menningar og staðarins sem hún tilheyrir – og hverjir ekki. Undirstrika hverjir eru *við* og hverjir *hinir*. Nefnt er í viðtolunum að það að vera sjálfum sér nóg um mat sé mikilvægt fyrir sjálfstæði íslenskrar þjóðar og að það verði sífellt mikilvægari þáttur. Þessi ábending endurómar ákveðna orðræðu í þjóðfélaginu. Ekki þarf að koma á óvart að sú orðræða á oft upptök sín hjá matvælaframleiðendum, enda lífsafkoma þess hóps. Stjórnmálamönnum er þó einnig tamt að leggja þeirri orðræðu lið⁷. Undirliggjandi er það viðhorf að þjóð sem ekki á nóg af góðum mat fyrir eigin þegna og gesti sína er tæplega fullvalda ríki. Hún yrði stöðugt háð öðrum. Þó flestir viðmælendanna taki ekki svo sterkt til orða, er augljóst að íslensk matvælaframleiðsla er þeim flestum mikilvæg í samhengi ferðaþjónustunnar og þau hampa henni sérstaklega gagnvart erlendum gestum. Þetta á við um þá viðmælendur sem eru matvælaframleiðendur, en einnig flesta aðra. Í viðtolunum kemur þó ítrekað fram að þau nýta líka eigin reynslu, upplifun og margvísleg tengsl sem þau tvinna inn í íslenska menningu og matargerð. Þá þurfa þau að nota ýmislegt sem ekki er framleitt hér á landi. Hjá flestum verður því matreiðslan fyrir áhrifum héðan og þaðan, bæði frá *okkur* og *hinum*.

⁶ Af hverju það er mikilvægt er ekki alltaf augljóst, en viðmælendur nefna þó að þeim finnist mikilvægt að gestir þeirra kynnist staðbundinni menningu, þeir mundu vilja það sama á ferðalagi, þeir séu stoltir af íslenskri matvælaframleiðslu, ferðamenn þurfi að kynnast því hve íslenskur matur er góður, ferskur og hreinn (vegna umhverfis og náttúru), o.s.frv.

⁷ Sjá m.a. ávarp sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra við setningu Búnaðarþings 2014 (Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, 20014).

Staður er fyrir Cresswell aldrei endanlegur eða afmarkaður, hann er ferli - ávallt *verðandi* (e. becoming, emergent⁸) (Cresswell, 2002, bls. 20). Það sem Cresswell á við hér er að staðurinn verði aldrei fullgerður, frágenginn eða afmarkaður. Hann sé í raun nokkurs konar samlífi (e. symbiosis) staðbindingar og hreyfingar, sem m.a. ögri hefbundinni tengingu staðar og menningar (bls. 26). Í þessu samhengi vísar Cresswell m.a. í verk Edwards Soja (1996/2000) sem bætti „þriðja rýminu“ við hina hefðbundnu tvískiptingu í stað og rými. Í kenningum Soja er fyrsta rýmið raunverulegt rými, þ.e. fyrirbæri sem hægt er að mæla og kortleggja, afsprengi félagslegra ferla líkt og kapítalisma eða feðraveldis. Annað rýmið er hið skynjaða rými, huglægt og ímyndað – rýmið fyrir sjálfsmyndir og það að tilheyra (e. representation). Það rými er í skilgreiningum Soja sambærilegt skilningi margra á því hvernig staðurinn verður til í gegnum skuldbindingar og tengsl einstaklinga og hópa. Þriðja rýmið, sbr. Soja, er svo hið „lifaða rými“ (e. lived space) (Cresswell, 2002, bls. 21), þ.e. dagleg upplifun – hér og nú – bein útsending ef svo má segja. Það er hvorki hinn efnislegi heimur né hinn ímyndaði, heldur sá heimur sem fólk upplifir.

Þessi hugmynd Soja um þriðja rýmið (1996), sem hann byggir á kenningum franska félagsfræðingsins Henri Lefebvre (1991/2001), vakti athygli mína þar sem mig langaði að skilja betur hvernig ferðaþjónustuaðilar upplifa sitt daglega líf í ferðaþjónustu. Að minni hyggju er það kjarninn í þjóðfræðinni að skoða hversdagslegt líf fólks og þessi hugmynd um hið „lifaða líf“ náði því til mín. Það beindi mér líka í þá átt að skoða fræðilegar hugmyndir um athafnir og gerendahæfni fólks. Hugtakið gerendahæfni nær einnig yfir hluti (e. material agency) og með því að gera ráð fyrir gerendahæfni „hluta“ eins og til dæmis matvæla, má skoða huglæg fyrirbæri eins og sköpun staða, sjálfsmyndir einstaklinga og hópa og tengsl fólks við annað fólk og hluti (Ren, 2011, bls. 861). Þá gera hugmyndir um gerendahæfni, bæði hjá fólk og hlutum, það mögulegt að skoða hvernig huglæg gildi og viðhorf taka á sig efnislega mynd, meðal annars í mat og matarmenningu.

⁸ Raymond Williams skilgreindir á sínum tíma hugtakið *verðandi* (e. emergent) í tengslum við menningu og menningarlegt forræði, þar sem hann sagði merking hlutanna, viðhorf, gildi, athafnir og tengsl vera í sífelli endurskópun. Breytt merking hlutanna, ný viðhorf og gildi koma í sífelli inn, ný tengsl verða til o.s.frv. Þannig blandast „ný“ menning þeirri sem fyrir er, bæði úr fortíð og samtíð, en á þann hátt að varla verður greint á milli (Williams, 1977, bls. 123). Bæði staður Cresswells og menning Williams eru þannig síbreytileg og stöðugt verðandi.

Athafnir, tengslanet og verðandi

Creswell nýtir m.a. sjónarhorn athafnakkenninga (e. theories of practice) til þess að brjóta upp þá stöðnun sem hann telur að liggi í tvíhyggjuni um stað og rými (Cresswell, 2002, bls. 20-23). Athafnakkenningar er fræðileg nálgun sem miðar að því að rannsaka athafnir fólks innan ákveðins kerfis í samfélagini. Skoðað er hvernig samfélagið hefur áhrif á einstaklinginn og hvernig einstaklingurinn hefur áhrif á kerfið (Ortner, 1984; Bronner, 2012). Cresswell telur að þó hegðun fólks sé að einhverju leyti stýrt af valdagerð tilbúins kerfis, þar sem til verða viðmið sem einstaklingarnir alast upp í, fylgja og viðhalda með síendurtekinni hegðun,⁹ þá taki fólk meðvitað þátt í að skapa umhverfi sitt með daglegum störfum sínum. Það séu virkir einstaklingar, sem eiga hlutdeild í sífelldri endurskópun staða, eru ekki bara óvirk verkfæri valdsins. Gefum Creswell orðið:

Staður verður til við síendurteknar félagslegar athafnir – staður er búinn til og endurgerður daglega. Staðurinn er sniðmát fyrir athafnir – breytilegt svið flutnings. Að hugsa um staðinn sem flutning eða athöfn hjálpar okkur að hugsa okkur hann gagngert á opinn hátt, án eðlishyggju, þar sem hann er á hagnýtan hátt stöðugur vettvangur skoðanskipta og túlkunar. Staður er hráefni í frjóa skópun sjálfsmyndar, frekar en fyrirfram gefin birting hennar. Staður býr til aðstæður og tækifæri fyrir skapandi félagslega hegðun

(Creswell, 2002, bls. 25).¹⁰

Þessi skilgreining Cresswell á þverfaglegan samhljóm, m.a. í landfræði, ferðamálafræði og þjóðfræði, enda athafnakkenningar útbreidd nálgun innan félagsvínsinda. Cresswell telur mikilvægt þegar athafnakkenningar eru annars vegar að taka *tímann* með í jöfnuna og segir það hafi verið vanrækt. Þegar athafnir fólks eru skoðaðar í ljósi ákveðinna kerfa sé mikilvægt að hafa í huga að við erum stödd í nútímanum, en sagan liggur í fortíðinni og framundan er hinn ókomni tími. Þetta hafa þjóðfræðingar löngum gert með því að leggja áherslu á samhengi hlutanna í tíma og rúmi (Hufford, 2003).

Í þjóðfræði er sjónarhorn athafnakkenninga nýtt og birtist m.a. í hugtökunum *athafnir* (e. practices) og *flutningur* (e. performance) sem eru algeng greiningartæki í

⁹ Sbr. kenningar heimspekins Pierre Bourdieu um „habitus“ þar sem hann lýsir því hvernig félagslegar athafnir eru innbyggðar í hinn líffræðilega líkama einstaklinganna, sem og kenningar feministans Judith Butler um hvernig við sviðsetjum hið félagslega kyn með síendurteknum félagslegum athöfnum.

¹⁰ Frumtexti: Place is constituted through reiterative social practice – place is made and remade on a daily basis. Place provides a template for practice – an unstable stage for performance. Thinking of place as performed and practice can help us think of place in radically open and non-essentialized ways where place is constantly struggled over and reimagined in practical ways. Place is the raw material for the creative production of identity rather than an a-priori label of identity. Place provides the conditions of possibility for creative social practice. (Creswell, 2002, bls. 25).

þjóðfræðirannsóknum. Í nýlegri samanburðarrannsókn á fræðilegri nálgun og hugtakanotkun í evrópskri og bandarískri þjóðfræði, kemst Simon Bronner að þeirri niðurstöðu að athafnakenningar muni hafa mikla þýðingu fyrir þjóðfræðina inn í tuttugustu og fyrstu öldina (Bronner, 2012, bls. 23). Bronner víesar í Giselu Welz (2009) og segir okkur þurfa að hugsa þjóðfræðaefni sem hreyfanlegt, sem athafnir eða viðburði sem fara þvert á mörk mismunandi hópa, svo sem þjóða (bls. 28). Þjóðfræðaefni sem athöfn er á stöðugri hreyfingu og þannig síbreytilegt og verðandi (Kapchan, 2003, bls. 136) – líkt og staðurinn hjá Cresswell. Staðurinn, sem og tengsl fólks við og upplifun þess af stað, er auk þess þjóðfræðaefni í sjálfum sér.

Franski fræðimaðurinn Michel de Certeau (1984) notar hugtökin staður og rými í öfugri merkingu við Tuan. Í kenningum hans er staðurinn tómur, meðan athafnir íbúanna búa til rýmið. Staðurinn er skipulagður með athöfnum ríkjandi valdhafa og þær skapa formgerð samfélagsins. Athafnir yfirvalda kallað de Certeau *ráðagerðir* (e. strategies). Í kenningum hans virkar staðurinn þó ekki nema fyrir daglegar athafnir íbúanna, sem beita ráðagerðirnar *brögðum* (e. tactics). Þeir nýta það sem í boði er og umbreyta og aðlaga staðinn að sínum þörfum (de Certeau, 1984, bls. 17-19, 34-39). Með því veita brögðin (daglegar athafnir almennings) ráðagerðunum (ríkjandi skipulagi) viðnám. Brögðin eru ferli, en ekki fasti og eru því ekki háð stað líkt og ráðagerðirnar. Þvert á móti umbreyta þau staðnum í rými þar sem margbreytileiki og sköpunarmáttur fær notið sín. Í raun eru kenningar de Certeau um hið hreyfanlega rými bragðanna í takt við kenningar Cresswell um hinn síbreytilega stað.

Það má ef til vill segja að de Certeau beiti hefðbundinni orðræðu innan fræðasamfélagsins brögðum með því að snúa hugtakaparinu staður/rými á haus, en kennisetning hans á þó ágætlega við í samhengi ferðaþjónustunnar. Einstaklingar sem reka ferðaþjónustu búa við ákveðið skipulag, lög og reglugerðir, sem gilda fyrir alla atvinnugreinina. Með daglegum athöfnum sínum fylla einstaklingar í ferðaþjónustu, líkt og viðmælendur mírir, ferðaþjónustustaðina merkingu og í anda de Certeau skapa þau sitt eigið persónulega rými – í anda Tuans sinn eigin stað.

Landfræðingurinn Doreen Massey sem hafnar, líkt og Cresswell, tvíhyggjunni um stað og rými (Massey, 2005, bls. 6), segir hnattvæðingu nútímans bjóða upp á að tala um staði sem opna og innlimandi, fremur en afmarkaða og útilokandi. Massey segir staði og samfélög vera síbreytilegt rými, þar sem verða til margs konar tengslanet og þessi tengsl staðsetji fólk pólitískt og félagslega - búi til valdagerð samfélagsins. Til þess að skilja veruleika fólks, þarf

því að spyrja spurninga um þessi tengsl, hvernig slík tengsl verða til og hvaða afleiðingar þau hafa. Það er í gegnum slíkt samtal sem staðurinn verður til segir Massey (Massey, 2005, bls. 20-24, 192-193). Í ritgerðinni leitast ég við að skoða þau tengslanet sem viðmælendur mínr eru hluti af og greina hvaða áhrif mismunandi tengsl hafa á þau sjálf og samskipti þeirra við ferðamenn. Áfangastaður ferðamanna og það samfélag sem byggir hann er í eðli sínu flókið fyrirbæri. Sem hluti af tilteknu landi og samfélagi er hann ef til vill nokkuð afmarkaður. Sem hluti af ferðapjónustu/ferðamennsku er hann síbreytilegur og opin.

Samkvæmt þjóðfræðingunum Lisu Gabbert og Paul Jordan-Smith (2007, bls. 218) voru rannsóknir á stað og rými innan þjóðfræðinnar á fyrri hluta tuttugustu aldar grundaðar á kenningum um landfræðileg svæði (e. regional studies). Seinna beindu þjóðfræðingar sjónum sínum að svæðisbundinni vitund, sjálfsmynd hópa og merkingu staða, þar sem kenningar Yi-Fu Tuans um stað og rými voru ofarlega á baugi. „Rýmisvendingin“¹¹ (e. spatial turn) hafði sín áhrif inn í þjóðfræði, sem aðrar greinar hug- og félagsvísinda. Á sjöunda og áttunda áratug síðustu aldar gekk þjóðfræðin sem fræðigrein í gegnum sjálfsrýni (sjá einnig Gabbert, 1999), þar sem þjóðfræðingar tóku að endurskoða hefðbundnar aðferðir sínar og sjónarhorn (sjá m.a. Richard Bauman, 2002; Regina Bendix, 1989; Barbara Kirshenblatt-Gimblett, 1995, 1996; Dorothy Noyes, 2012/2014; Birgitta Schmidt-Lauber, 2012/2014; Amy Shuman og Charles Briggs 1993). Hugtök líkt og *staður, rými og samfélag* voru endurskoðuð og endurskilgreind sem félagslega tilbúin fyrirbæri og afsprengi svæðisbundinna jafnt sem hnattrænna tengsla (Gabbert og Jordan-Smith, 2007, bls. 220). Staðurinn var þá ekki lengur hlutlaus og óumbreytanlegur vettvangur merkingar. Líkt og annað þjóðfræðaefni, var hann endurskilgreindur sem ferli eða flutningur (sbr. Bronner og Welz hér að framan. Sjá einnig Long, 2009, bls. 4) og þar með síbreytilegur. Gabbert og Jordan-Smith undirstrika þó að staðir, líkt og annað þjóðfræðaefni, búi yfir eiginleikum sem hægt sé að skilgreina og endurskilgreina (e. entextualize, re-entextualize) í þeim tilgangi að skapa þeim merkingu.¹² Að skilgreina eitthvað sé í reynd félagsleg aðgerð, sem fer fram í ákveðnu samhengi, en er ávallt undirorpíð breytingum vegna þess að samhengið er aldrei það sama. Niðurstaða þeirra er að ef samfélag er flókið og fljótandi net samskipta, megi skilgreina staðinn sem

¹¹ Flestir þeir fræðimenn sem nefndir eru til sögunnar í þessum kafla (Massey, Creswell, Soja, de Certeau, Gabbert, o.fl.) eru undir áhrifum svokallaðrar „rýmisvendingar“ (e. spatial turn) í hug- og félagsvísindum sem á rætur að rekja til sjöunda áratugarins (Cresswell, 2002, bls. 20). Með rýmisvendingunni beindust sjónir manna að skipulagi í samfélagini og athöfnum einstaklinga og hvernig þetta tvennt hafði áhrif hvort á annað. Athafnakenningar eru afsprengi rýmisvendingarinnar.

¹² Til dæmis fyrir einstaklinga eða hópa.

fjölbreytilega útkomu slíkra samskipta. Staðurinn er þá á sífelldri hreyfingu – og ávallt verðandi (bls. 220-227).

Meginatriðin í máli Cresswell, Massey og Gabbert og Jordan-Smith er að taka ekki stað og rými sem gefnu, heldur skoða hvernig staðir verða til, hvaða öfl eru þar að verki og í hvaða samhengi. Þau síðastnefndu leggja áherslu á að umræðan um stað og rými í fræðilegu samhengi verði að byggja á etnógrafískum rannsóknum, ekki eingöngu kenningarlegu samtali. Með því að skoða þau félagslegu tengslanet sem, í mörgum lögum og á ýmsum stigum, byggja upp staði, megi skilja betur hvernig óskilgreint rými getur breyst í merkingarbæran stað. Það sem við þurfum að hafa í huga er að staðir, líkt og önnur lifandi félagstengsl, eru í sífelldri endursköpun.

Hópur, sjálfsmynd, umboð og túlkun

Í inngangskafla ritgerðarinnar gerði ég grein fyrir þróun hugtaksins „hópur“ innan þjóðfræðinnar, sem og hlutverk þjóðfræðinnar í rómantískri þjóðernisstefnu átjándu og nítjándu aldar Evrópu. Í þessum kafla er ætlunin að spinna þann þráð áfram og ræða hópinn í samhengi við sjálfsmyndir, umboð og túlkun.

Áhugi þjóðfræðinga á hópnum, hefur fyrst og fremst snúist um að skoða hann sem bólstað menningar og mótnar sjálfsmyndar (Noyes, 2003, bls. 11). Þjóðfræðingurinn Dorothy Noyes segir flókið net samskipta búa til menningu, en ímyndin um eitthvað sem hópurinn á sameiginlega býr til sjálfsmynd hópsins. Þá ímynd, sem aftur hefur áhrif á sjálfsmynd einstaklinganna, má greina annað slagið í atferli meðlima hópsins. Sem dæmi má nefna neysla matar sem undirstrika á þjóðerni, líkt og þorramatur Íslendinga og „fåríkål“ Norðmanna. Þó þeim fækki sem borða þessa rétti, eru þeir ímynduð sameign hópanna. Noyes segir ímyndina um hið sameiginlega líka vera sviðsetta öðru hvoru af hendi hópsins eða meðlima hans, og eru þorrablót og fjallkonan á 17. júní gott dæmi um slíka sviðsetningu.

Samkvæmt Noyes má lýsa daglegri notkun á hugtakinu hópur sem samtali á milli raunverulegra daglegra samskipta og ímyndarinnar um hið sameiginlega. Sem dæmi um slíkt samtal mætti nefna það atferli Skagfirðinga að sækja afar vel alla tónlistarviðburði sveitunga sinna og styðja þannig við eigin ímynd um sönghneigð og tónvísni. Ótal dæmi má líka nefna um það hvernig daglegt athæfi og dagleg samskipti mynda hópa. Grunntónninn er að einstaklingarnir innan hópsins þurfa að eiga eitthvað sameiginlegt, líkt og fastastíl, áhugamál, mataræði, fjölskyldu, sjúkdóm, atvinnu eða annað sem tryggir aðgengi einstaklinga að

hópnum.¹³ Þannig myndast hópur fólks með einhvers konar venslum eða sameiginlegum einkennum.

Einfalt er að taka dæmi um sviðsetningu ímyndar mismunandi hópa á byggðasöfnum, þjóðminjasöfnum og í ferðaþjónustu. Einkennandi réttir eru líka dæmi um sameiningartákn (ímyndaðra) hópa. Í viðtolunum að baki þessari ritgerð, nefndu margir að „íslenska fjallalambið“ væri dæmigerður þjóðarréttur Íslendinga. Því mætti segja að lambakjöt væri eitt af sameiningartáknum íslenskrar þjóðar. Það var þó ekki fullkomin eining í hópi viðmælenda um réttmæti hinnar íslensku þjóðkindar (Helga Tryggvadóttir, 2005), eða að yfir höfuð væri til réttur sem einkenndi íslenska þjóð. Þess má þó geta að lambakjöt er sennilega einu matvælin sem hafa formlega verið tilnefnd til þess að verða þjóðarréttur Íslendinga (Eyþór Árnason, 2015).

Noyes færir rök fyrir því að hugmyndir þjóðfræðinga um hópinn hafi í raun snúist um hann sem tengslanet (e. network model) einstaklinga og samfélaga sem eiga í margskonar félagslegum samskiptum. Það sé ekki rétt, líkt og stundum er halddið fram, að kenningar og aðferðir þjóðfræðinga miði að afmörkun hópsins, þvert á móti sé löng hefð innan greinarinnar fyrir því að nota tengslanet sem grunnhugmynd, bæði í kenningum og aðferðum (Noyes, 2003, bls. 16; Noyes, 2012/2014, bls. 23). Að mínum dómi henta skilgreiningar Noyes vel til þess að útskýra margbreytilega hópa samtímans. Viðmælendur mírir tilheyra til dæmis allir hópnum Íslendingar og sem gestgjafar í ferðaþjónustu eru þau afar meðvituð um það. Þau tilheyra líka ótal öðrum hópum, eins og Skaftfellingum, bændum, ferðaþjónustunni, dreifbýlinu, Slow Food hreyfingunni o.s.frv. Noyes er tamt að nota hugtakið samfélag (e. community) yfir hópa og segir það ná betur yfir fjölbreytni mismunandi hópa nútímans. Hún bendir á að einstaklingar, umhverfi og ríkjandi skipulag eigi í gagnvirkum samskiptum. Þetta flókna net samskipta býr til samfélagið (Noyes, 2003, bls. 27, 33), og afsprengi þess samskiptanets er staðurinn (Gabbert og Jordan-Smith, 2007, bls 227).

Ef við víkjum aftur að skilgreiningum Tuans, segir hann áþreifanlega hluti og staðinn kjarnann í sjálfsmynd einstaklinga og hópa (bls. 147, 175, 197-198). Þar eru uppruninn og ræturnar. Hann telur að hreyfanleikinn í nútímanum verði oft til þess að fólk skorti haldreipi í lífinu – það sé ekki skuldbundið og skorti tengingu – eigi hvergi rætur (bls. 182-184). Þessi

¹³ Það má benda á „kaffihúsarottur“ sem stunda ákveðið kaffihús, fastagesti í heitum potti sundlaugar eða daglegar heimsóknir og virkni á fésbókarsíðu „Handóðra prjónara“. Daglegt athæfi einstaklinganna innan hvers hóps tryggir þeim aðgengi að hópnum. Þeir sem hegða sér öðruvísi, fara aldrei á kaffihús, synda eða prjóna, tilheyra öðrum hópum.

skilgreining Tuans er gjarnan tengd eftirspurninni eftir hinu staðbundna, t.d. í ferðaþjónustu, menningu og mat, en seinni tíma fræðimenn (líkt og þjóðfræðingarnir Lisa Gabbert og Dorothy Noyes) hafa hafnað því að hópurinn og staðurinn sé afmarkaður og fyrirséður. Aðrir hafa líka skilgreint menningu og sjálfsmynndir sem hreyfanlegt fyrirbæri, efnislegt og huglægt í senn - ekki bundið stað (sjá m.a. Abrahams, 2003; Appadurai, 1996; Gupta og Ferguson, 1992).

Noyes byggir greiningu sína á samfélagi (hópi) m.a. á skilgreiningum stjórnmálafræðingsins Benedict Anderson á þjóð. Þjóðir segir Anderson vera ímynduð samfélög manna sem sveipa sig ýmsum táknum, gildum, hefðum og siðum, til þess að búa til ímynduð mörk utan um einstaklingana í hópnum (Anderson, 2006, bls. 6-7). Samfélögin eru ímynduð vegna þess að meðlimir þess munu flestir aldrei þekkjast, hittast eða vita af tilvist hvers annars. Þrátt fyrir það lifir ímyndin um hið sameiginlega í hugum hvers og eins þeirra og það er sú ímynd sem grundvallar sjálfsmund hópsins. Þessi ímyndarsköpun og hin sameiginlega sjálfsmund eru svo grundvöllur fyrir þjóðernisstefnu, þ.e. sameiginlegri stefnu hópsins. Anderson segir þjóðernisstefnur verða til við ákveðnar pólitískar aðstæður og það sé stefnan sem búi hópinn til, ekki vitund hópsins um eigin tilvist (bls. 36). Í daglegum athöfnum eiga þau í ólíkum félagslegum samskiptum og tengslanet þeirra teygir sig inn í mismunandi hópa. Mörkin á milli þessara hópa og annarra eru í raun ímyndun, þó þau séu gerð raunveruleg með ýmsum hætti eins og daglegum athöfnum eða táknum (Anderson, 2006, bls 1-7). Þó mörkin séu ímynduð þýðir það ekki að þau séu óraunveruleg. Sameiginleg reynsla, frásagnir og þátttaka í samfélagi hópsins gerir þau mörk ekta. Það má segja að þau holdgervist (e. embody) í meðlimum hópsins, sem skynja þau sem raunveruleg (Noyes, 2012/2014, bls. 24).

Ég tel mikilvægt að taka tillit til allra þeirra þátta sem hér hafa verið nefndir í rannsókn líkt og þeirri sem þessi ritgerð byggir á. Þannig tel ég seinnitíma hugmyndir um síbreytilegt tengslanet sem grunninn að stað, hópi eða samfélagi, vera góða leið til þess að lýsa og greina nútímasamfélögum manna. Það á ekki síst við um ferðaþjónustu, þar sem er stöðugur straumur fólks og hugmynda sem hefur áhrif á þau samfélög sem fyrir eru. Á hinn böginn lít ég svo á að hugmyndir Andersson um hið ímyndaða (afmarkaða) samfélag og hugmyndir Tuans um (afmarkaðan) stað séu einnig mikilvægar til þess að fá skilning á samspili einstaklinga, umhverfis og ríkjandi skipulags – og þá ekki síst hvaða merkingu fólk leggur í sitt daglega líf og tilveru. Líkt og Gabbert og Jordan-Smith benda á (2007) eru bæði

staðir og hópar oft skilgreindir sem afmarkaðir og áþreifanlegir í þeim tilgangi að skapa þeim merkingu. Þetta á að mínu mati ekki síst við í opinberri umræðu og er því mikilvægt að hafa í huga þegar viðhorf og skoðanir einstaklinga eru mátaðir við orðræðu og viðtekin gildi í samféluginu.

Sagnfræðingurinn Guðmundur Hálfdánarson greinir orðræðuna um íslenska þjóð í bók sinni frá 2001 *Íslenska þjóðríkið – upphaf og endimörk*. Þar fer hann ítarlega yfir íslenska þjóðernisstefnu og áhrif hennar á stjórnmálaþróun hérlandis á nítjándu og tuttugustu öld. Guðmundur rekur upphaf þjóðernisstefnu Evrópu til Johanns Gottfrieds Herder¹⁴ (1744-1803) sem kom fyrstur með þá hugmynd að þjóðerni myndaðist við stöðugt samspil manns og náttúru. Meðal annars færði hann rök fyrir því að tungumál, hefðir og venjur ættu rætur í náttúrunni og væru þess vegna mismunandi frá einu svæði til annars (Guðmundur Hálfdánarson, 2007, bls. 18-19). Að mati Guðmundar er erfitt að koma með einfalda skýringu á því hvers vegna þjóðfélagshópur tekur upp á því að kalla sig þjóð og aðgreina sig frá öðrum, m.a. með því að tengja tungumál og hefðir við staðbundna náttúru. Hann segir „megineinkenni þjóðernisstefnunnar sem pólitískrar hugmyndafræði vera að hún hlutgeri huglæga vitund“ (bls. 38). Með því á Guðmundur til dæmis við að huglæg vitund um íslenska þjóð er oft á tíðum hlutgerð í náttúru, eða matvælum, svo eitthvað sé nefnt. Þannig breyti þjóðernisstefna pólitísku valdi í óhaganlega staðreynd. Þessi rök sín byggir Guðmundur m.a. á kenningum franska félagsfræðingsins Pierre Bourdieu (2006) sem benti á að orðanotkun (m.a. þegar verið er að lýsa félagslegum veruleika) sé aldrei hlutlaus og hafi áhrif á það hvernig við skynjum heiminn og stöðu okkar í honum. Bourdieu taldi að ósýnilegt stigveldi valds væri innbyggt í menningu og hélt því fram að völd tengdust táknum sem ráðandi hópar í samféluginu velja. Þannig ákveður sá hópur virðingarstig táknum Anna og ræður gildi þeirra.

Það sem vakti hvað mesta athygli mína í bók Guðmundar var lýsing hans á mikilvægi náttúrunnar í íslenskri þjóðernisvitund. Greining hans á tvíbentri sýn þjóðarinnar í upphafi tuttugustu aldar, þar sem togast á nytjahyggja og fegurðarsýn, er eitthvað sem hljómar kunnuglega úr dægurumræðu samtímans. Guðmundur segir opinbera umræðu undanfarna áratugi hafa snúist um að nýting náttúrunnar sé grundvöllur að efnahagslífi Íslendinga –

¹⁴ Johann Gottfried Herder (1744-1803) var heimspekingur og þjóðfræðingur, fæddur í Austur-Prússlandi sem nú tilheyrir Pólland. Kenningar hans fjölluðu um sérstætt eðli þjóða og fjölbreytni mannkyns, þar sem hverri og einni þjóð bar að varðveita sitt eðli og sína menningu til að viðhalda fjölbreytileikanum (Guðmundur Hálfdánarson, 2007, bls. 21).

öfugt við hina iðnvæddu Evrópu (2007, bls. 208). Umræðan hafi snúist um að koma í veg fyrir að erlendir aðilar nái hér yfirráðum, frekar en áhyggjur af náttúruspjöllum. Bók Guðmundar kemur fyrst út 2001 og hann bendir á að þetta viðhorf hafi breyst nokkuð í samtímanum. Gildi náttúrunnar á hennar eigin forsendum hefur fengið aukið vægi. Gögnin mín styðja þessa greiningu Guðmundar og ég tel að sú viðhorfsbreyting hafi fengið byr undir báða vængi eftir efnahagshrunið 2008. Óhætt er að segja að ósnortin náttúra tróni nú á toppi mikilvægustu tákna um íslenskt þjóðerni. Dæmi um mikilvægi náttúrunnar í íslenskri þjóðernisvitund er auðvelt að finna í umræðu dagsins í dag, ekki síst í ferðaþjónustunni;

Hið óvæga umhverfi Íslands, mótað af linnulausum öflum náttúrunnar, hefur alið af sér óbugandi þjóð sem byggt hefur tilveru sína við öfgafullar aðstæður og nýtt náttúrulegar auðlindir sem þær skapa til eigin hagsældar

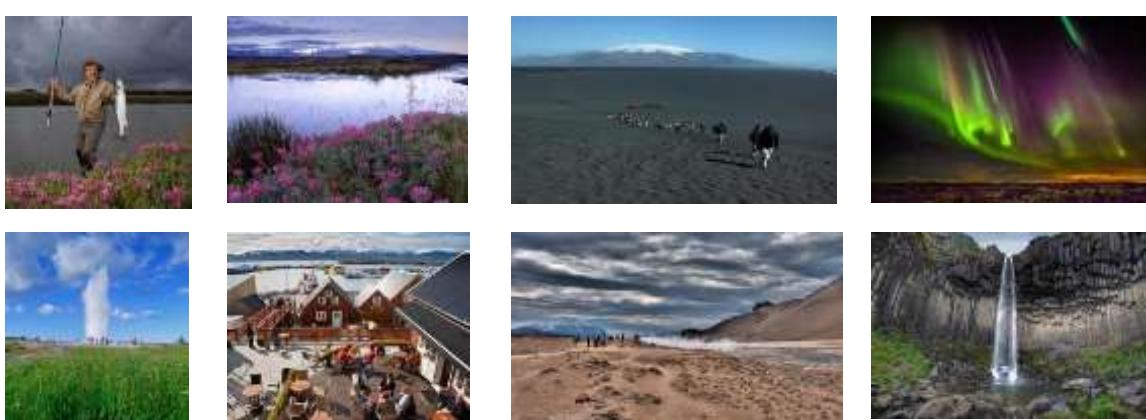
(Íslandsstofa, án árs – c).¹⁵

Íslendingar eru stoltir af sterkum tengslum við náttúruna og eru staðráðnir í að vernda þennan náttúruauð með ábyrgri varðveislu

(Íslandsstofa, án árs – e).¹⁶

Í texta Íslandsstofu er sterk skírskotun til tengsla milli þjóðar og náttúru, sem í raun endurspeglar kenningar Herders. Togstreitan á milli fegurðar- og nytjahyggju er einnig til staðar og verður, ef rýnt er nánar í textann á heimasíðunni, allt að því mótsagnakennd.

Af 125 myndum sem sem ætlaðar eru til nota fyrir fjölmíðla og finna má á einni af vefsíðum



Mynd 3. Myndir af heimasíðu *Inspired by Iceland* (<http://www.iceland.is/press-media/photos/>).

¹⁵ Frumtexti: Shaped by the unrelenting forces of nature, Iceland's harsh natural environment has bred a resilient nation that has learnt to exist under extreme conditions, and harness the natural resources they create for its own prosperity.

¹⁶ Frumtexti: Icelanders are proud of their close ties to nature, and dedicated to preserving this natural wealth through responsible conservation.

Íslandsstofu (sjá nokkrar þeirra á mynd 3, skoðað 5. júlí 2015), eru 76 náttúrumyndir og 46 myndir af fólk. Af þessum 46 „mannlífsmynnum“ eru a.m.k. 42 af ferðamönnum eða ferðamannastöðum. Enginn matur er á myndunum. Myndirnar, sem sjá má dæmi um á mynd 3 hér fyrir ofan, segja því sögu af villtri náttúru og vinsælum ferðamannastað. Þar bý fólk í þéttbýli en ekki dreifbýli – sem virðist ósnortið. Það fer lítið eða ekkert fyrir nytjahyggiunni sem greina má í textanum – nema auðvitað hvað náttúran er aðgengileg ferðamönnum. Fegurðarsýnin er því ríkjandi á myndunum og séu myndirnar skoðaðar einangrað mætti ætla að á Íslandi væri fyrst og fremst ósnortin náttúra. Þetta er í samræmi við niðurstöður rannsóknar Guðrúnar Þóru Gunnarsdóttur á forsíðu opinberra kynningarbæklinga (2007, bls. 174-176).

Samkvæmt heimasíðu Íslandsstofu er hlutverk stofnunarinnar meðal annarrs að „samræma kynningar- og markaðsstarf fyrir hönd íslenskrar ferðaþjónustu“ (Íslandsstofa, án árs – d). Íslandsstofa fer með öðrum orðum með umboð fyrir hönd lands og þjóðar gagnvart erlendum gestum og túlkar staðinn út á við, m.a. með heimasíðu sinni og þeim myndum sem þar er að finna. Á sama hátt taka viðmælendur mírir þátt í að „búa staðinn til“ (Ísland, Skagafjörð, Snæfellsnes, Skaftárhrepp, Norðurland, Geirland, Hraunsnef o.s.frv.) með atferli sínu í ferðaþjónustu. Ef heimasíður þeirra, sem og annað kynningarefn, eru skoðaðar, má sjá að þau enduróma að vissu marki túlkun Íslandsstofu á Íslandi sem áfangastað ferðamanna. Staðurinn og þar með samfélagið er þó breytilegt í túlkun mismunandi einstaklinga innan hópsins. Ólíkur bakgrunnur, reynsla og viðhorf þeirra hafa þar áhrif.

Í ferðamálafræði er í dag litið á ferðaþjónustu/ferðamennsku sem athafnir sem eiga sér stað í rými með miklum hreyfanleika þar sem ólík tengslanet mætast (Jóhannsson, 2005, bls. 133). Þeir sem horfa á ferðaþjónustu út frá þessu sjónarhorni eru m.a. þeir sem aðhyllast gerendanetskenningar (e. actor-network theory). Það sem gerir gerendanetskenningar áhugaverðar í tengslum við þessa rannsókn er að þær gera ráð fyrir að jafnt manneskjur, sem hlutir og ýmiss konar tækni og ferli geti verið gerendur í að byggja upp félagsleg kerfi (Ren, 2011, bls. 861). Þannig er ferðaþjónusta sem atvinnugrein gerandi í því að byggja upp samfélög. Ferðaþjónustuaðilar sem og ferðamenn taka þátt í að búa til staði. Tæknin, m.a. internetið og markaðssetning í gegnum það, er einnig gerandi í uppbyggingu áfangastaða. Efnislegir hlutir líkt og matur, og huglæg fyrirbæri eins og matarmenning eru einnig virkir gerendur. Fyrir mér er samhljómur á milli gerendanetskenninga og athafnakenningu. Þjóðfræðingar, landfræðingar og ferðamálafræðingar sem nýta athafnakenningu og

gerendanetskenningar – og nota hugtök eins og tengslanet og hreyfanleika – eru í raun að lýsa svipuðum veruleika. Það er sá veruleiki sem þessi ritgerð byggir á.

Hér að ofan hef ég hef ég tekið saman kenningar og rætt sköpun staða, hópa og samfélaga, sem og þær athafnir og tengslanet sem hafa þar áhrif. Einnig hef ég rætt hverjir hafa umboð til þess að túlka staði og samfélög út á við í tilfelli ferðaþjónustunnar. Skilgreiningar á öðrum kenningum og kennismiðum koma fyrir í ritgerðinni þegar og eftir því sem við á. Í síðasta undirkafla þessarar fræðilegu umfjöllunar mun ég einblína á mat og ferðaþjónustu. Kaflinn byggir á samræðunum hér að framan, auk þess að gefa yfirlit yfir það fræðilega efni um mat, matarhætti og ferðaþjónustu, sem ég styðst við í ritgerðinni.

Matur og ferðaþjónusta

Matur og matarmenning eru sígilt viðfangsefni þjóðfræðinnar, sem og margra annarra greina hug- og félagsvísinda sem fást við menningu og sögu. Bandaríski þjóðfræðingurinn Lucy Long rekur sögu matar sem þjóðfræðaefnis aftur til fræðigreinar frá 1885 eftir hinn írsk-ameríkska John G. Bourke, þar sem hann greinir frá matarmenningu við Rio Grande ána og norðurhluta Mexíkó (Long, 2009, bls. 3). Matur og matarhættir¹⁷ voru þó lengi vel ekki talin með höfuðviðfangsefnum greinarinnar, en samkvæmt Long breyttist það á áttunda áratug tuttugstu aldar með grein Don Yoders, *Folk Cookery*, í bók Richards Dorson *Folklore and Folklife: An Introduction*, frá 1972.

Í þjóðfræði tilheyrir matur rannsóknum á efnismenningu og hefðum samfélaga og hópa, en einnig rannsóknum á fagurfræði og merkingu hverdagslegra hluta og athafna, tjáningu, sköpun sjálfsmyndar og félagslegra tengsla (Long, 2004, bls. 8). Sænski þjóðfræðingurinn Håkan Jönsson tekur undir þessa skilgreiningu í nýlegri grein og segir algengustu nálgun þjóðfræðinga á mat og matarmenningu annars vegar hafa snúist um matinn sjálfan, svo sem um uppruna ýmissa rétta og áhrifa þeirra innan hópa og samfélaga, og hins vegar um félagslegu athöfnina að borða, þ.e. máltíðina sjálfa sem samskiptamáta og hluta af formgerð samfélagsins (Jönsson, 2013, bls. 6 - 7). Viðfangsefni mitt í þessari ritgerð snýr að merkingu matarins í daglegu lífi; sem tjáningarforms og hluta af sjálfsmynd einstaklinga og hópa. Einnig leitast ég við að draga fram hvernig fólk hlutgerir viðhorf sín og

¹⁷Samkvæmt Long skilgreindi þjóðfræðingurinn Don Yoder (1972) hugtakið matarhættir eða *foodways* sem kerfi hegðunar, hefða og hugmynda varðandi mat. Það inniber allar athafnir tengdar mat og neyslu hans, svo sem öflun matar, geymslu, matreiðslu, framsetningu og flutning (e. performance) matar (Long, 2004, bls. 8).

mikilvæg gildi (Kirshenblatt-Gimblett, 1995), meðal annars í gegnum matinn sem það ber á borð fyrir ferðamenn.

Long segir þjóðfræðinga hafa legið undir ásökunum um að lýsa matarhefðum og matarháttum alþýðunnar á rómantískan hátt, líkt og þetta væru einangruð og sérstök fyrirbæri, óháð raunveruleikanum og misrétti er tengist kynjum, stéttum og kynþáttum (2009, bls. 4). Long er ekki sammála þessari gagnrýni og bendir á að eitt af áherslum þjóðfræðinnar sé að greina hæfni og sköpunarkraft einstaklinga, þætti sem gefa daglegu lífi fólks merkingu. Þessi áhersla sé oft misskilin sem rómantík, þó vissulega hefðu þjóðfræðingar stundum mátt vera gagnrýnni í gegnum tíðina og markvissari í ábendingum um þá pólitísku þætti sem áhrif hafa á matarhætti einstaklinga og hópa.

Hlutverk matar og matarmenningar í mannlegu samfélagi er þannig margþætt (Belasco, 2008). Hann er efni til tjáningar og sköpunar, þar sem hráefni er umbreytt í rétti í takt við hugmyndaflug og kringumstæður hvers og eins. Í matnum getur falist þversögn þar sem hann er nauðsynlegur fyrir líf og heilsu, en getur einnig valdið sjúkdómum og dauða. Matareitranir, offita og efnaskiptasjúkdómar eru dæmi um neikvæðar hliðar matarins, einnig sú staðreynd að hluti mannkyns svetur meðan aðrir hafa ofgnótt matar, og því er haldið fram að til sé nægur matur til þess að fæða heiminn. Við slíkar kringumstæður tengist matur valdi þar sem sumir hafa yfirráð á heimsmarkaði meðan aðrir hafa þar takmörkuð ítök. Ójafnvægi og óréttlæti af þessu tagi veldur spennu og átökum, en matur getur einnig valdið spennu í samskiptum kynja. Þannig geta orðið átök inni á heimilum, um hver á bera ábyrgð á að matreiða fyrir fjölskyldumeðlimi, eða vaska upp eftir matinn. Hlutverk matar í jákvæðri spennu milli kynja má sjá í ótal bíómyndum og auglýsingum, þar sem matur fær kynferðislega merkingu. Við erum það sem við borðum – eða borðum ekki, og matur getur verið táknað um stöðu og stétt. Í því samhengi er kavíar og andalifur gjarnan tengd hástéttum, en skyndimatur lágstéttum. Við notum mat til þess að tjá það sem við erum, líkt og þegar við kaupum lífrænt ræktaðan mat til þess að sýna ábyrgð gagnvart umhverfi, þar sem í slíkri ræktun er bannað að nota tilbúin áburð og eiturefni til varnar skordýrum og illgresi. Kaup á staðbundnum matvælum getur verið að svipuðum toga og tengst mismunandi gildum sem fólk tengir við slík matvæli.

Í anda þjóðfræðinnar hef ég í þessari ritgerð, leitast við að sýna fram á samhengi sem lýsir því hvernig matur tengist valdi og pólitík, svo sem í matvælaframleiðslu og dreifingu, sköpun staða, mörkun hópa og margs konar ímyndarsköpun – ekki síst í tengslum við

ferðaþjónustu. Ég hef einnig leitast við að lýsa gerendahæfni einstaklinganna og hvernig hver og einn nýtir matinn til að túlka viðhorf sín og, í misjöfnu mæli fá útrás fyrir listfengi og sköpunargáfu.

Long segir rannsóknir á matarferðaþjónustu/ matarferðamennsku (e. culinary tourism) fyrst og fremst eiga uppruna sinn í mannfræði, þjóðfræði og matarfræðum (e. food studies).¹⁸ Innan þjóðfræðinnar lulu rannsóknir á þessu sviði lengst af að mat sem hluta af þeirri menningu sem í boði er fyrir ferðamenn á áfangastöðum ferðaþjónustunnar (Long, 2004, bls. 3). Framan af var lítið skoðað hvernig matarhættir á áfangastöðum ferðamanna hafa áhrif á ferðamennina sjálfa og öfugt, hvernig ferðamenn geta haft áhrif á matarhætti á þeim stöðum sem þeir ferðast um. Þó matur sé enn skoðaður sem hluti af menningu staða og hópa, taka seinni tíma rannsóknir í þjóðfræði, líkt og í ferðamálafræði, markvissar á samspili ferðaþjónustu og ferðamanna. Í dag er auk þess þverfagleg gróska í rannsóknum á mat og matarháttum¹⁹ og í þjóðfræði er matur skoðaður frá fjölbreyttu sjónarhorni, m.a. með rannsóknum á samspili hnattvæðingar og staðbindingar, raunveruleika og ímyndar, eignarhaldi á menningu, pólitík í vörumerkingum og fleira (sjá meðal annars greinar eftir Håkan Jönsson (2013, bls. 5-16), Jón Þór Pétursson (2013, bls. 17-29), Fabio Mattioli (2013, bls. 47-61) og Sarah May (2013, bls. 62-77) í sérhefti af evrópska þjóðfræðitímaritinu *Ethnologia Europea*).

Margt af því sem nefnt er hér að framan um hlutverk matar og matarmenningar í mannlegu samfélagi á við í ferðaþjónustu og ætla ég hér að nefna þrjár bækur sem rannsaka þátt matar í því samhengi, og ég hef stuðst við í ritgerðinni. Í áhrifamikilli bók frá 2002, *Tourism and Gastronomy*, sem Anne Mette Hjalager og Greg Richards ritstýra, fer fram greining á tengslum ferðaþjónustu/ferðamennsku og matar. Þar fer fram skilgreining og tegundaflokkun (e. typology) á matarferðaþjónustu og þróun matargerðarlistar²⁰ er til skoðunar. Matarhættir eru greindir sem félagslegt fyrirbæri og hluti af „menningariðnaði“

¹⁸ Samkvæmt Long (2009, bls. 7) er *food studies* þverfaglegt fræðasvið sem fer þvert á hug-, félags- og raunvísindi, sem og fræðilegar og hagnýtar rannsóknir. Jeff Miller og Jonathan Deutsch (2009, bls. 3) segja *food studies* vera þverfaglega grein sem rannsaki tengsl fólks við mat frá mismunandi fræðilegu sjónarhorni innan hug- og félagsvínsinda.

¹⁹ Það má meðal annars sjá í nýútkomnum bókum líkt og *Taking Food Public. Redefining Foodways in a Changing World* (2012), ritstýrt af Psyche Williams-Forson og Carole Counihan, *Foodies & Food Tourism* (2014) eftir Donald Gertz o.fl., *The Future of Food Tourism. Foodies, Experiences, Exclusivity, Visions and Political Capital* (2015), ritstýrt af Ian Yeoman o.fl. – og Routledge International Handbook of Food Studies (2013), ritstýrt af Ken Albala.

²⁰ Matargerðarlist eða *gastronomy* er flókið hugtak sem sem meðal annars hefur verið skilgreint sem „það að velja, búa til, framreiða og njóta úrvals matar“ (Hjalager og Richard, 2002, bls. 3).

heimsins (Hjalager og Richards, 2002). Hjalager og Richards álykta meðal annars að þó menning og hefðir í matargerð séu mikilvægar fyrir áfangastaði í ferðaþjónustu, þá sé einnig mikilvægt að tengja við menningu ferðamennskunnar (bls. 17) þegar um er að ræða matarferðaþjónustu. Með því eru þau ekki að mæla með að ferðaþjónusta á hverjum stað taki upp menningu gesta sinna, heldur þurfi staðbundin menning að kallast á við hnattræna strauma til þess að mæta væntingum ferðamanna. Í greinasafninu *Food Tourism Around the World: Development, management and markets*, frá 2003, greina mismunandi höfundar möguleika ólíkra svæða varðandi matarferðaþjónustu og skoða þau tækifæri sem bjóðast í samstarfi fyrirtækja í matvælaframleiðslu og ferðaþjónustu (Hall o.fl., 2003). Þær eru gefin hagnýt ráð um stefnumótun og verðmætasköpun í matarferðaþjónustu og greint frá velheppnuðum tilvikum á þessu sviði. Þá má nefna bók Princilla Boniface, *Tasting Tourism: Travelling for food and drink*, sem kom út 2003. Í bókinni greinir Boniface hlutverk matar í breskri ferðaþjónustu og ræðir þau tækifæri sem matarferðaþjónusta býður upp á í byggðaþróun á Bretlandi (Boniface, 2003). Í þessum þremur bókum er áherslan á sjónarhorn framboðsins og greining á möguleikum og tækifærum fyrir ferðaþjónustuaðila á þessu sviði. Óhætt er að segja að það sjónarhorn hafi einkennt fyrstu bækurnar sem fjölluðu um matarferðaþjónustu sem sérgrein ferðaþjónustunnar og komu út í lok síðustu aldar og á fyrstu árum 21. aldarinnar. Skýringu á þessu má m.a. leita í því að rannsóknir innan ferðamálafræði snúast annars vegar um hagrænar hliðar ferðaþjónustunnar og hins vegar um táknrænar, félagslegar og menningarlegar víddir ferðamála (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013). Þó þessi tvískipting greinarinnar sé ekki einhlít, sýnir hún hversu víðfeðm hún er. Síðustu árin hefur borið meira á gagnrýnum rannsóknum á þætti matar í ferðaþjónustu. Má í því sambandi nefna greinar eftir Rebecca Sims (2009 og 2010), Carina Ren (2011) og Mak, Lumbers og Eves (2012) ásamt fleirum, sem vísað er til, í greiningarköflum ritgerðarinnar. Þá má greina nýlegar áherslur innan ferðamálafræði þar sem hreyfanleiki (e. mobility) í tíma og rúmi er skapandi afl í samfélagi og menningu (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013, bls. 19). Þær áherslur má meðal annars rekja til fyrrnefndrar rýmisvendingar innan félagsvínsinda og endurspeglast í kenningum um hreyfanleika staða og hluta, gerendahæfni og síbreytilegt tengslanet einstaklinga og hópa.

Umhverfismál hafa orðið æ meira áberandi í umræðu um ferðaþjónustu á heimsvísu, þar á meðal í tengslum við mat í ferðaþjónustu. Nýlega kom út bók eftir C. Michael Hall og Stefan Gössling (2013) þar sem umhverfismál og matarferðaþjónusta eru til skoðunar, ekki

síst í samhengi við fyrirbærið staðbundin matvæli (e. local food). Í bókinni eru gefin ýmis dæmi um samþættingu ferðaþjónustu og staðbundinna matvæla og má sjá sitthvað sammerkt með þeim dæmum og fyrirtækjum viðmælenda minna, sem flest leggja áherslu á staðbundinn mat. Í bókinni eru einnig greind flókin tengsl staðbundinna (e. local), sjálfbærra (e. sustainable) og hægvirkra (e. slow) matvæla við matvælaframleiðslu á heimsvísu og neyslu í nútíma samfélagi, þar á meðal í ferðaþjónustu (bls. 3-36). Þessi hugtök sem hér eru nefnd koma ítrekað fram hjá heimildarmönum mínum og þeim verður í framhaldinu gerð skil.

Þjóðfræðilegar rannsóknir, líkt og sú sem þessi ritgerð byggir á er ætlað að svara spurningum um það menningar- og samfélagslega samhengi sem notar og þróar matarhætti. Þeim er einnig ætlað að rýna í hvernig orðræðan um mat og matarhætti verður til, þar sem raunveruleiki og ímynd fara ekki endilega saman. Áherslan á staðbundin, sjálfbær eða hægvirk matvæli hjá ferðaþjónustuaðilum á Íslandi verður til í tilteknu alþjóðlegu samhengi, þar sem hugmyndir um mat og það að borða hafa tekið gríðarlegum breytingum undanfarna áratugi (Belasco, 2008; Jönsson, 2013; Trubek, 2008). Samhengið í tilfelli viðmælenda minna er í senn alþjóðlegt og íslenskt, héraðstengt og einstaklingsbundið – og orðræðan um staðbundinn mat og íslenskan mat verður þannig til í gegnum flókið tengslanet þessara þátta og hreyfanleika í tíma og rúmi. Við verðum öll fyrir áhrifum af orðræðunni í kringum okkur (í nánasta umhverfi, gegnum fjölmíðla, samfélagsmiðla o.s.frv.) og án þess að taka eftir því fylgjum við þróuninni, erum í takt við það sem í kringum okkur er, þó við höfum hvert og eitt okkar persónulega stíl á því.

Samkvæmt þjóðfræðingnum Håkan Jönsson er leitin eftir hinu staðbundna sennilega eitt útbreiddasta hnattræna tískufyrirbrigði samtímans (2013, bls. 11) og leika matur og matarmenning þar mikilvægt hlutverk. Skilgreiningar Tuans á stað og rými falla vel að þeiri hugmyndafræði sem gjarnan er tengd staðbundnum matvælum (e. local food). Hugtakið felur í sér að matur er venslaður við stað og er hugmyndafræðilega tengdur jákvæðu gildum eins og umhverfisvernd, fjölbreytileika og réttlátum viðskiptaháttum (e. fair trade) (Sundbo, 2013, bls. 66). Þessi gildi koma ítrekað fram í viðtolunum, sem og gildi tengd íslenskri náttúru, hefð, sveit og sveitamennsku.

En eins og áður hefur komið fram er mótsögn í eftirspurninni eftir hinu staðbundna, því hún er háð hnattrænum öflum. Nútímatækni er veigamikill gerandi í því sambandi, líkt og þjóðfræðingurinn Jón Þór Pétursson sýnir fram á í grein sinni í *Ethnologia Europea* 2013;

„Eduardo’s apples: The co-production of personalized food relationships“. Þar varpar Jón Þór ljósi á það hvernig sýndarheimur tölvunnar gerir framleiðendum matvæla og neytendum mögulegt að skapa í sameiningu (e. co-produce) tilteknum matvælum (í þessu tilviki eplum) merkingu. Hátækni hefur í raun stóraukið mikilvægi staðarins í nútíma neyslusamfélagi. Þetta á meðal annars við um matvælaframleiðslu og framboð á mat og matarmenningu í ferðapjónustu. Nú er hægt að rekja uppruna matvæla um heiminn þveran og endilangan með háþróuðum kerfum á heimsmarkaði matvæla. Á svipaðan hátt er hægt að persónugera matvæli, áfangastaði og gestgjafa í ferðapjónustu. Þetta gerist t.d. þegar staðbundin matvæli eru kynnt fyrir heiminum í gegnum netið, eða ferðapjónustuaðilar kynna sig sem einstaklinga með myndum, nöfnum og frásögum á veraldarvefnum. Líkt og kollegar þeirra víða um heim,



Mynd 4. Myndir af heimasíðu Skjaldarvíkur og Vogafjóss sem sýnir gestgjafana á góðri stund. Birt með leyfi viðmælenda.

fylgja viðmælendur mírir þessari þróun (sjá mynd 4). Það má meðal annars sjá á mynd 4 hér að ofan, sem sýnir valdar myndir af heimasíðum tveggja þeirra. Misjafnt er hversu persónulegar heimasíðurnar eru, en segja má að á þeim verði til nokkurs konar rafrænt samfélag (Jón Þór Pétursson, 2013, bls. 19) og að menning þeirra sé byggð á samtali milli gesta og gestgjafa. Samtalið byggir á texta og myndum sem gestgjafarnir setja á heimasíðuna, og texta og myndum á Instagram og Tripadvisor frá gestunum. Þetta rafræna samfélag verður til í samskiptum samfélagsmiðlana og heimasíðunnar, þar sem gestir og gestgjafar eru gerendur og valdahlutföll ekki svo ólík lengur – þar sem báðar hliðar leggja orð í belg. Orðræðan í þessu samfélagi í netheimum endurspeglar orðræðu og samfélag í

raunheimi. Meðal annars orðræðu um mat og matarmenningu, og orðræðu um staðbundinn mat.

Franski heimspekingurinn Jean Baudrillard skilgreindi tvö afgerandi einkenni á póstmódernískri neyslu nútímans, sem samkvæmt sánsku fræðimönnunum Dare, Jónsson og Knutssen hentar til þess að skýra nútíma matarhætti (vitna í Baudrillard (1968/1996), 2013, kafli 29, bls. 15). Baudrillard sagði neytendur haldna fortíðarþrá og þráhyggju gagnvart því sem telst ekta og upprunalegt (e. authentic). Í matvælaframleiðslu eða framreiðslu á mat í ferðaþjónustu getur hið ekta og upprunalega verið fólgioð í sögulegri tengingu eða vísun til hefðar í matargerð, rekjanleika matvæla til framleiðslustaðar eða framleiðanda og umhverfisvænum og sanngjörnum framleiðsluaðferðum, svo eitthvað sé nefnt.

Í grein frá 1998 ræðir franski félagsfræðingurinn Jacinthe Bessiére þróun ferðaþjónustu í dreifbýli (e. rural tourism) og hlutverk matarmenningar í því samhengi. Hún segir menningarlegan áhuga á strjálbýli og hinu staðbundna einkenna nútíma samfélag. Goðsögnin um hið náttúrulega og upprunalega í strjálbýlinu hafi áhrif á væntingar fólks og skynjun þess á dreifbýlum svæðum. Þar liggi uppruninn og ræturnar sem nútíma þéttbýlissamfélag hafi misst sambandi við. Í „óreiðunni“ sem fylgir nútímanum finnur fólk þörf hjá sér til að leita upprunans og skjóta rótum – þó ekki sé nema um stundarsakir sem gestir á ferðalagi. Þessi eftirspurn og sú ímynd sem gestir/ferðamenn hafi af strjálbýlinu eigi þátt í að skapa og/eða endurskapa sjálfsmýnd íbúa og þá tilfinningu sem þeir hafi fyrir landslagi og menningu í heimabyggð (1998, bls. 21). Samkvæmt Bessiére (1998, bls. 22-23) er matur mikilvægur gerandi í þessu samhengi. Í hinu dreifbýla rými þar sem náttúran og menningin renna saman í eitt innbyrðir fólk upprunann bæði huglægt og hlutlægt í gegnum matinn sem það neytir – og endurheimtir um leið tapaða sjálfsmýnd sína um stundarsakir..

Eitt skýrasta dæmið um það sem Baudrillard, Bessiére og sánsku fræðimennirnir lýsa sem nútíma neysluháttum, er hin alþjóðlega Slow Food hreyfing. Hún var stofnuð af Ítalánum Carlo Petrini á 9. áratug tuttugustu aldar. Markmið Petrini og félaga var að verja staðbundna menningu og hefðir í matargerð, heilnæman mat og ánægjuna af að búa til og njóta matar, ásamt hægfara lífsháttum (e. slow pace of life) (Slow Food, án árs). Í dag eru markmið Slow Food samtakanna nokkurn veginn þau sömu, en vörumerking svæða og vernd á upprunatengingu matvæla tengd þeim, hefur orðið meira áberandi í starfseminni. Samtökum hafi vaxið frá því að vera hópur ítalskra aðgerðarsinna, í alþjóðlega hreyfingu, með þekkt vörumerki í 150 löndum (Mattioli, 2013, bls. 54-55). Hugmyndafræði Slow Food samtakanna

endurspeglast víða í hinum vestræna heimi í dag (Larsen, 2010, bls. 93) þar sem gestgjafar á veitingastöðum og í ferðaþjónustu tjá gildi sín og viðhorf í matnum sem þeir reiða fram. Þau gildi eru gjarnan í takt við hugmyndafræði Slow Food.

Hið samnorræna verkefni *Ný norræn matargerð* (e. New Nordic Food) er dæmi um hreyfingu sem endurspeglar hugmyndir Slow Food samtakanna, en með áherslu á norræn gildi, menningu og ekki síst náttúru (Norræna ráðherranefndin 2005, Norræna ráðherranefndin, 2014). Frá upphafi hefur verið lögð áhersla á hið norræna *terroir*,²¹ sem og



Mynd 5. Arctic kitchen á Hofsstöðum.

Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

uppruna og áreiðanleika (e. authenticity) norrænna matvæla. Áherslan á landfræðilegan uppruna matarins er samtvinnuð hugmyndum um hið ekta (e. authentic), sem á ekki síður við um hefðbundna menningu og lífshætti Norðurlandabúa, en hinn efnislega stað (Laufey Haraldsdóttir og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir, 2014, bls. 171-172). Samkvæmt þjóðfræðingnum Hanne Pico Larsen, sem rannsakað hefur veitingastaðinn *noma* í Kaupmannahöfn – en hann er kenndur við ný norræn matvæli – er hið norræna terroir tiltölulega ósnortið og minna mengað en önnur svæði. Það á sér ýmsa staði sem ekki hafa verið uppgötvaðir enn af fólk sem sækir

hráefni til matargerðar í náttúrunni. Hún nefnir sjávargróður sem dæmi og segir slíkt fágæt vera nýtt sem vörumerki norðursins og sem tákni um sérstaka eiginleika þess. Slíkir eiginleikar séu til dæmis hreinleiki, hollusta og ferskleiki – sem svo eru tengdir gildum eins og heiðarleika og hinu ekta og upprunalega (Larssen, 2010, bls. 96).

Þó enginn viðmælenda minna kenni sig við norræna verkefnið, er þó mikill samhljómur í áherslum þeirra og nýrra norrænna matvæla – og þá hugmyndafræði Slow Food. Í flestum tilfellum er það dreifbýlið og sveitin sem viðmælendur mírir leggja áherslu á og norðrið er ekki nýtt í markaðssetningu fyrirtækjanna – með einni undantekningu. Þórólfur á Sveitasetrinu Hofsstöðum nefnir eldhúsið sitt „arctic kitchen“ eða „gastronomic artic“ (sjá

²¹ *Terroir* hugtakið á rætur að rekja til franskrar víframleiðslu og vísar í hvernig bragð og áferð vínsins tengist ávallt staðnum þar sem það er framleitt (Trubek, 2008, bls. 18). Það sveipar sig um þætti eins og sjálfan vínviðinn, jarðveginn, veðurfarið, loftslagið, vinnsluaðferðir og menningu staðarins.

mynd 5) og vísar þannig beint í Norðurheimskautið sem sína matarkistu (rannsóknarnótur nr. 7, bls. 1). Hann segir það tengjast ákveðnum hugmyndum sem hann vinni eftir þar sem hann tengir það sem ferðamaðurinn upplifir á ferð sinni um fjöll og firnindi landsins við matinn sem honum er boðið að kvöldi. Náttúran yfir daginn og matur úr þeirri náttúru að kvöldi.

Undanfarið hafa íslensk ferðaþjónustufyrirtæki í auknum mæli tengt sig við Norðurheimskautið í markaðssetningu, fyrst og fremst ævintýra- og afþreyingarfyrirtæki af ýmsu tagi (sjá m.a. *Arctic adventures* og *Arctic Heli Skiing Iceland*), en einnig hótel í Reykjavík (*Arctic Comfort Hotel Vík*, án árs), þó ekki sé augljóst í hverju sú tenging raunverulega liggur. Að auki hefur *Markaðsstofa Norðurlands* látið gera athugun á fýsileika þess að þróa áfangastaðinn „The Arctic North Iceland“ eða „Heimskautasvæðið Norðurland“ (Hrönn Harðardóttir, 2014).

Frá upphafi hefur samnorræna verkefnið snúist um að skerpa sjálfsmynnd íbúa Norðurlandanna er snertir matarmenningu – ekkert síður en ímynd norræna eldhússins. Mannfræðingurinn Mark Emil Tholstrup Hermansen (2012) segir verkefnið afsprengi hnattvæðingar sem raskað hafi hefðbundnum mörkum landa og þjóða. Þjóðfræðingurinn Suzanne Österlund-Pötzsch, sem rannsakað hefur samfélag afkomenda sænskumælandi Finna í Norður Ameríku, sýnir fram á hvernig ímynduð samfélög (Anderson, 2006) fara ekki bara þvert á landamæri heldur einnig þvert á heimsálfur (Österlund-Pötzsch, 2010). Þetta kallar Österlund-Pötzsch „ethnic spaces“ sem mætti þýða sem þjóðarrými eða etnískt rými. Það rými er marglaga og tengist bæði efnislegum hlutum og óáþreifanlegum gildum sem þjóna sem sameiningartákn fyrir þann hóp sem telur sig heyra til samfélagsins. Í slíku rými verður til sjálfsmynnd sem gjarnan byggir á sameiginlegum uppruna í landslagi og sögu þar sem viðkomandi gildi eiga sér búlfestu. Verkefnið Ný norræn matvæli hefur skapað eitt slíkt etnískt rými þar sem norræn náttúra og norræn gildi eru sameiningartákn þeirra þjóðríkja sem rétt eiga til þess rýmis. Í aðalhlutverki er maturinn, sem afurð náttúrunnar og þeirrar menningar sem úr henni er sprottin.

Vernd landfræðilegra merkinga²² tengist sterkt hugmyndafræði Slow Food og nýrra norrænna matvæla. Löng hefð er fyrir slíku í Evrópu og elst slíkra kerfa er *appellation*

²² Yfirleitt er talað um Geographical Indications eða GI þegar um er að ræða vernd landfræðilegrar merkinga á vörum. Landfræðileg merking er heiti eða merki sem notað er á tilteknar vörur sem tengjast ákveðnum stað eða uppruna, t.d. sveitarfélagi, héraði eða landi. Þess ber að geta að það er mismunandi skilningur á GI í Evrópu annars vegar og Bandaríkjunum hins vegar. Í Evrópu er GI tengt *terroir* hugtakinu og tengist landfræðilegu rými.

d'origine contrôlée (AOC) kerfið sem í notkun var í Frakklandi á tuttugustu öldinni sem gæðastimpill á vín og osta (Trubek, 2008, bls. 27-34). Ýmis lönd í Evrópu, svo sem Frakkland, Ítalía, Spánn og Portúgal, starfrækja í dag svokölluð Appelation kerfi. Þau byggja á AOC kerfinu og eru nokkurskonar héraðseftirlitskerfi sem vernda landfræðilega sérstöðu matvæla. Evrópusambandið (ESB) hefur þróað verndarkerfi sem einnig byggir á AOC kerfinu franska. Frá 1992 hafa aðildarríki ESB haft möguleika á að vernda vöruheiti sem gefa til kynna uppruna flestra gerða landbúnaðarvara. Í dag er í gildi reglugerð ESB nr. 510/2006, sem myndar lagaramma kerfisins (e. Protected Geographical Status – PGS). PGS kerfið skiptist í þrjá flokka; Vernd upprunatákna (e. Protected Designation of Origin – PDO), vernd landfræðilegra tilvísana (e. Protected Geographical Indication – PGI) og trygging hefðbundinna sérstöðu (e. Traditional Speciality Guaranteed – TSG) (Einar Karl Haraldsson, 2012; Mattioli, 2013). Reglurnar eru hluti af gæðastefnu ESB í landbúnaði, en eru ekki hluti af samningnum um Evrópska efnahagssvæðið og því ekki í gildi hér á landi enn sem komið er. Í desember 2014 samþykkti Alþingi hins vegar *Lög um vernd afurðarheita sem vísa til uppruna, landsvæðis eða hefðbundinna sérstöðu* reglurnar (Lög um vernd afurðaheita nr. 130/2014), þar sem fyrirmyndin eru evrópsku reglurnar.

Þjóðfræðingarnir Fabio Mattioli (2013) og Sarah May (2013) hafa, hvor í sínu lagi, rannsakað verndarkerfi matvæla í ESB. Þau sýna fram á í rannsóknum sínum að í kerfinu býr mismunun sem byggir á efnahag og ólíku pólitísku valdi aðildarríkja. Kerfið mismuni einnig bændum eftir stærð og staðsetningu. Fleiri tegundir matvæla njóti verndar í efnameiri og valdameiri löndum sambandsins, og stærri og efnaðri bændur hafi sömuleiðis meiri möguleika á því að fá vörur sínar undir vernd kerfisins en efnaminni bændur sem búi á dreifbýlum svæðum Evrópu (Mattioli, 2013, bls. 56; May, 2013, bls. 73). Mattioli færir einnig rök fyrir því að Slow Food hreyfingin eigi þátt í þessari mismunun með því að vinna með evrópska verndarkerfinu. Þannig sé ákveðnum matvörum gert hátt undir höfði en öðrum ekki. Sú aðgerð auki verðgildi vörunnar en um leið fjarlægist hún sitt menningarlega samhengi (Mattioli, 2013, bls. 58). Hugmyndafræði Slow Food hreyfingarinnar má finna um allan heim og þó sú gagnrýni sem hreyfingin hefur fengið, eigi vissulega rétt á sér, hefur hún einnig haft jákvæð áhrif á matarhætti og samfélög víða. Hugmyndafræðina má greina í daglegri umræðu um mat og svo var einnig í viðtölum þessarar rannsóknar þar sem fram

og lifnaðarháttum, en í Bandaríkjunum er GI skilgreint sem vörumerki og tengt höfundarétti (sjá m.a. Mattioli, 2013 og Trubek, 2008).

koma fjölmög atriði sem endurspeglar hugmyndaheim Slow Food og nýrra norrænna matvæla.

3 Rannsóknin

Allir rannsakendur fara, meðvitað eða ómeðvitað, með ákveðnar heimspekkilegar hugmyndir eða forsendur inn í rannsóknir sínar. Þær endurspeglar heimssýn einstaklingsins, viðhorf hans og gildismat (Creswell, 2013, bls. 15-19). Þessar heimspekkilegu hugmyndir eða forsendur hafa áhrif á val rannsakandans á kenningum og hvernig hann nálgast viðfangsefni sitt. Hinn þverfaglegi bakgrunnur minn hefur haft mótandi áhrif á nálgun mína að viðfangsefninu. Vísindaleg nálgun póst-póositivisma (Creswell, 2013, bls. 23) er hefðbundin í dýralækningum, enda tilheyrir sú grein náttúruvísindum. Í ferðamálafræði fara annars vegar fram rannsóknir á ferðapjónustu sem viðskiptum og hins vegar er talað um félagsvíindi ferðamála (Tribe, 2010, bls. 29-31). Ferðamálafræði spannar vítt svið og í félagsvíindalega hluta hennar eru kenningar um félagslega mótu og táknbundin samskipti algengt sjónarhorn (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013, bls. 19). Sögulega liggja rætur þjóðfræðinnar í þjóðríkismyndun Evrópu á nítjándu öld, þar sem áherslan var á að safna upplýsingum um þjóðfræðilegt efni líkt og þjóðsögur, þjóðlög og þjóðdansa, sem og upplýsingum um hefðir og siði alþýðunnar. Þýski þjóðfræðingurinn Brigitta Schmidt-Lauber (2012/2014, bls. 559-561) segir tvær vendingar hafi orðið í greininni, sem skipt hafa máli varðandi aðferðafræði, skilgreiningar og rannsóknaspurningar innan evrópskrar þjóðfræði. Fyrri vendingin (e. sociologization) varð á 8. áratug tuttugstu aldar, þegar dró úr áhuga þjóðfræðinga á þjóðháttum fortíðar og þeir tóku að beina sjónum sínum í auknum mæli að félagslegum þáttum samfélagsins. Sú seinni, segir Schmidt-Lauber, hafa átt sér stað á 9. áratugnum, þar sem varð þverfagleg hugarfarsbreyting gagnvart hugtakinu og fyrribærinu *menningu* (e. cultural turn). Í dag nýtir þjóðfræðin þverfaglega nálgun á viðfangsefni sín (Sims og Stephens, 2005, bls. 199), þar sem mótnunarhyggja, túlkunarfræði og kenningar um táknbundin samskipti eru algeng sjónarhorn. Þjóðfræðingar beina sjónum sínum að hinu hversdagslega og því smáa í daglegu lífi einstaklinga og hópa, þar sem vettvangsvinna (e. fieldwork), þátttökurannsóknir (e. participant observations) og eigindleg viðtöl og samræður eru megin rannsóknaraðferðirnar (Schmidt-Lauber, 2012/2014, bls. 561).

Í rannsókninni er beitt eigindlegum rannsóknaraðferðum. Þó fyrri menntun mín sé á sviði náttúruvísinda, hefur áhugi minn beinst í auknum mæli að eigindlegum rannsóknum. Þar er áhersla á að skoða fjölbreytileika og öðlast dýpri skilning á viðfangsefninu, í stað þess að einblína á orsök og afleiðingar eða koma fram með alhæfandi reglur eða lögmál

(Charmaz, bls. 4; Creswell, 2013, bls. 23-24). Nálgun eigindlegra rannsóknaraðferða heillar mig þar sem ég tel að með aðferðum hennar megi komast nær því að skilja fjölbreytileika manneskjunnar og það samfélag sem við búum í. Hvorutveggja á einkar vel við, bæði innan þjóðfræði og ferðamálafræði. Ég hef þó smám saman áttað mig á því að skilin þarna á milli eru ekki eins skýr og ætla mætti og að megindlegar og eigindlegar aðferðir styðja gjarnan hvora aðra í rannsóknum. Í þessari rannsókn er þó einvörðungu stuðst við eigindlegar aðferðir, enda eru þær ráðandi innan þjóðfræði.

Eigindlegar rannsóknaraðferðir einkennast m.a. af áherslu á að einstaklingurinn sé virkur túlkandi veruleikans. Leitast er við að útskýra og skilja athafnir fólks í gegnum gögn sem aflað er, t.d. með þeim hætti að fólk lýsi þeirri merkingu sem það leggur í reynslu sína og aðstæður (Creswell, 2013, bls. 43-47). Líkt og fram hefur komið var ekki markmið þessarar rannsóknar að ná fram tölulegum upplýsingum, enda tel ég slíkt mundi ekki henta til að svara þeim spurningum sem rannsókn minni er ætlað að svara. Þá var ekki ætlunin að koma fram með algildar fullyrðingar eða þekkingu, heldur leitast við að ná djúpum skilningi á þeim viðhorfum og hvötum sem liggja að baki framboði veitinga hjá viðmælendum og skoða niðurstöðurnar í samfélagslegu og alþjóðlegu samhengi. Ætlunin frá upphafi var að leyfa gögnum rannsóknarinnar „að tala“ og þróa greiningarramma út frá því (Charmaz, 2014, bls. 168-169). Nánar verður komið inn á þau gögn sem rannsóknin grundvallast á, þegar framkvæmd rannsóknarinnar verður lýst.

Fræðilegt sjónarhorn, aðferðafræði og aðferðir

Þekkingarfræðilegt sjónarhorn rannsóknarinnar er félagsleg móttunarhyggja (e. social constructivism). Hún fjallar um hvernig einstaklingurinn mótaðst af umhverfi sínu og aðstæðum. Rannsókn mína er fyrst og fremst viðtalsrannsókn þar sem ég leita eftir viðhorfum og hugmyndum viðmælenda minna um mat og þær veitingar sem þeir bera á borð fyrir ferðamenn. Tilgangurinn er að reyna að skilja betur hvað liggar að baki og hvaða merking er lögð í það sem er gert. Tilgangurinn er einnig að skoða hvaða félagslegu og samfélagslegu þættir hafa mótaði áhrif á þessar daglegu athafnir. Félagsleg móttunarhyggja gerir ráð fyrir að veruleikinn sé búinn til og honum viðhaldið með viðhorfum og atferli fólks. Í gegnum þann kenningarramma verður leitast við að skilja merkingu hlutanna í tengslum við félagslegar aðstæður og sögulegt og menningarlegt samhengi. Auk félagslegrar móttunarhyggju mun ég einnig styðjast við kenningar um táknræn samskipti (e. symbolic interactionism), sem gera

ráð fyrir að merking hlutanna verði til í samskiptum fólks (t.d. ferðabjónustufólks og ferðamanna) og leggur áherslu á hin virku tengsl merkingar og hegðunar. Þar hefur sú merking sem fólk leggur í hlutina áhrif á hegðun þess og er móttandi fyrir það sjálft og samfélagið. Til dæmis hefur það áhrif á fólk að umgangast ferðamenn víða að úr heiminum – og öfugt, ferðamenn verða fyrir áhrifum frá gestgjöfum sínum. Merkingin er ekki fasti heldur ferill og frá þessu sjónarhorni er fólk virkt og skapandi og lagar umhverfið að þörfum sínum (Charmaz, 2014, bls. 189). Að lokum vil ég nefna túlkunarfræði (e. hermeneutics) sem áhrif hefur á rannsóknina, þar sem ég beiti túlkun að hluta til á texta rannsóknargagnanna. Tilgangurinn er að ná dýpri og breiðari skilningi á efnin. Í því felst að ég beiti sífelldum samanburði milli einstakra hluta rannsóknargagnanna við aðra hluta og heildir þeirra.

Rannsóknin byggir á aðleiðslu (e. induction), sem gerir ráð fyrir að rannsóknin móttist meðan á rannsóknarferlinu stendur (Charmaz, 2014, bls. 188). Með aðleiðslu er átt við að gögnin eru stöðugt borin saman allt rannsóknarferlið, í þeim tilgangi að leita eftir sameiginlegu munstri eða efnisflokkum. Við greiningu gagna beiti ég að hluta til nálgun grundaðrar kenningar, og að hluta til túlkunarfræðilegum viðmiðum (Creswell, 2013, bls. 69; Kvale og Brinkmann, 2009, bls. 201). Báðar aðferðir fela í sér stöðugt ferðalag milli gagna, þátttakenda og skrifa (Charmaz, 2014, bls. 10; Creswell, 2013, bls. 84-87; Kvale og Brinkmann, 2009, bls. 210). Aðferðir grundaðrar kenningar bjóða upp á afar fastmótuð greiningarskref, meðan túlkunarfræðin gerir ráð fyrir að settar séu fram mismunandi túlkanir á efninu sem síðan eru prófaðar á rannsóknargögnum. Orðræðugreining²³ er enn ein aðferðin sem ég notaði til að kalla fram nýja fleti mála eða til að sannreyna atriði sem þegar höfðu komið fram. Það átti sérstaklega við þegar ég var að skoða fréttir, samfélagsumræðu eða opinber gögn og var tilgangurinn að skoða að hvaða leyti ríkjandi hugmyndir í samféluginu samrýmdust rannsóknargögnum mínum. Kennari minn í eigindlegum aðferðum, Svanfríður Þóra Egilsson, ráðlagði mér þessa vinnutilhögun og reyndist hún vel þar sem notkun ólíkra aðferða við greiningu gagnanna kallaði oft á nýjar rannsóknarspurningar og leiddi þannig til annars konar skilnings á efninu.

²³ Orðræðugreining er aðferð til að greina texta. Orðræðugreining hafnar því að tungumálið sé hlutlaus leið til þess að endurspeglar eða lýsa veröldinni. Gengið er út frá því að orðræðan sé mikilvæg til þess að skapa og móta félagslegan veruleika (Ingólfur Ásgeir Jóhannesson, 2006).

Framkvæmd rannsóknar, öflun og úrvinnsla gagna

Meginuppistaðan í rannsókninni eru hálfopin eiginleg viðtöl. Við val á viðmælendum studdist ég í upphafi við sameiginlegan gagnagrunn sýslumanna og lögreglustjóraembætta landsins yfir þá aðila sem hafa leyfi til sölu veitinga og gistingar.²⁴ Til þess að afmarka umfang verkefnisins voru stórir ferðaþjónustuaðilar, t.d. hótelkeðjur, útilokaðir af listanum. Þar sem markmiðið var að ná til ferðaþjónustuaðila sem leggja áherslu á mat í framboði á þjónustu og/eða í ímynd fyrirtækisins, skoðaði ég heimasíður allra aðila á listanum, sem á annað borð höfðu heimasíðu og valdi samkvæmt þessum markmiðum. Upphaflegt úrtak var því fræðilegt úrtak eða markmiðsúrtak (e. purposeful/purposive sample) (Berg, 2009, bls. 50-51; Creswell, bls. 154-158). Af hagkvæmnisástæðum ákvað ég síðar að afmarka rannsóknina við Norðurland, þar sem ég bý og starfa á Norðurlandi og átti ekki auðvelt með að eyða löngum tíma frá vinnu eða fjölskyldu, og einnig til þess að takmarka kostnað við rannsóknina. Á seinni stigum rannsóknarinnar átti ég kost á því að taka viðtöl á Suðurlandi og eru þrjú viðtöl tekin á svæðinu frá Eyjafjöllum, austur að Kirkjubæjklaustri. Úrtakið var því að hluta hentugleikaúrtak (e. convenience sample) (Berg, 2009, bls. 50), þó upphaflegu markmiðin væru höfð að leiðarljósi.

Viðtölin eru 15 talsins við 16 einstaklinga. Lengd þeirra var frá frá 30 mínútum og upp í 1 ½ klukkustund. Alls urðu þetta 10 ½ klukkustund af hljóðrituðu efni, sem ég afritaði nokkurn vegin jafnt og þétt á meðan á viðtalstímabilinu stóð. Viðtalsramminn gekk út á að afla upplýsinga um starfsemi fyrirtækjanna og bakgrunn viðmælenda, viðhorf þeirra til matvælaframleiðslu og matargerðar, á hvern hátt þau nýttu mat og matarmenningu í ferðaþjónustunni og hvert viðhorf þeirra væri til opinberrar kynningar á íslenskum mat. Sjónarhorn viðmælenda minna er sjónarhorn ferðaþjónustuaðila og viðtölin bera merki þess. Helsta áskorun viðtalanna var að halda viðmælendum við að tala um mat, því flestum lá ýmislegt á hjarta um málefni ferðaþjónustunnar. Það gekk þó oftast ágætlega þó þeim þætti spurningar mínar stundum sérstakar og drógu við sig svarið, líkt og þau þyrftu að ígrunda málið.

Samkvæmt Kvale og Brinkmann eru „viðtöl virkt ferli þar sem rannsakandinn og sá sem rannsakaður er, skapa sameiginlega þekkingu í gegnum það samband sem myndast

²⁴ Sjá á slóðinni http://www.logreglan.is/xml_front.asp?cat_id=1194.

þeirra á milli”²⁵ (2009, bls. 17). Þó ég legði áherslu á að leyfa viðmælendum mínum að tjá sig frjálst í viðtölunum, fann ég glöggt hvernig viðtalið varð til í samvinnu okkar beggja, líkt og Kvale og Brinkmann benda á. Í fyrsta lagi lærði ég mikið af viðmælendum mínum. En það var ekki síst þegar fólk hikaði við spurningar mínar, eins og það hefði ekki velt efninu fyrir sér áður, en kom svo með ígrundað svar, sem ég skildi hvað þeir félagar Kvale og Brinkmann áttu við með „sköpun sameiginlegrar þekkingar“.

Öll viðtölin voru tekin á vettvangi, þ.e. í fyrirtækjum viðmælenda minna. Tilgangurinn var annars vegar að hitta viðmælendur í umhverfi sínu og reyna að ná góðu sambandi – og þar með góðu viðtali – og hins vegar að gera vettvangskönnun á hverjum stað. Vel gekk að ná í viðmælendur, en það reyndist hins vegar útilokað að ná viðtali við þau á háannatíma að sumri og fóru því flest viðtölin fram snemma vors og að hausti. Á því var sá annmarki að ég sá sjaldnast viðmælendur mína við matargerð eða í samskiptum við gesti sína, en upphaflega átti það að vera hluti af vettvangsskoðuninni. Í sjö tilfellum af 15 (þegar því varð við komið) fór ég því til baka á staðina sem gestur og borðaði hjá viðkomandi. Teknar voru alls 493 myndir af vettvangi, bæði innan dyra og utan og eru þær hluti rannsóknargagnanna.

Viðmælendur koma allir fram undir nafni, sem og fyrirtæki þeirra, en slíkt er hefðbundið vinnulag þjóðfræðinnar. Þeir gáfu allir ýmist munnlegt eða skriflegt leyfi fyrir því. Þar sem vitnað er orðrétt í viðmælendur, sendi ég viðkomandi tilvitnunina í tölvupósti og fékk leyfi til birtingar í ritgerðinni. Viðtalstímabilin voru þrjú; að hausti 2013, vorið 2014 og haustið 2014. Í fimm tilvikum af 16 þekkti ég viðmælendur mína fyrir og voru kostir og gallar við það eins og ég mun koma betur að hér á eftir.

Áður en ég afritaði viðtölin skrifaði ég yfirlitsnótur sem byggja á upplifun minni af staðnum, viðmælanda og viðtalinu sjálfu. Þetta voru bæði staðreyndir og huglægar athugasemdir. Þá skrifaði ég athugasemdir rannsakanda (AR) á spássíur, sem og hugleiðingar (e. reflections) í lokin, þar sem mér þótti ástæða til. Hér er um að ræða frumgreiningu gagnanna og kom það sér afar vel þegar í ljós kom að myndi teygjast úr rannsóknartímabilinu, en viðtalstíminn spannar um 14 mánuði.

Samhliða viðtölunum var aflað frekari gagna, svo sem markaðs- og kynningarefnis viðkomandi fyrirtækja. Heimasíður þeirra voru skoðaðar öðru hvoru meðan á rannsóknartímabilinu stóð, og myndir og texti aðgættur. Gögnum af heimasíðunum safnaði

²⁵ Frumtexti: Interviewing is an active process where interviewer and interviewee through their relationship produce knowledge (Kvale og Brinkmann, 2009, bls. 17).

ég í sérstaka möppu í tölvunni, frá hverjum og einum viðmælanda. Markmiðið með þessu var að safna fjölbreyttum gögnum (e. rich data) til greiningar, í þeim tilgangi að auka marktækni rannsóknarinnar (Charmaz, 2014, bls. 14). Að bragða matinn var þó ekki markmið í sjálfum sér, þó það væri ánægjulegur bónus í rannsóknarvinnunni. Tilgangurinn var fremur að upplifa staðina á annatíma og fá betri tilfinningu fyrir starfseminni, svo sem samskiptum gesta og starfsfólks. Auk viðtalanna og öflunar gagna sem snéru að viðmælendum mínum, leitaðist ég við að fanga og greina daglega umræðu um mat á opinberum vettvangi, svo sem í dagbloðum, tímaritum og á Internetinu.

Við greiningu gagnanna studdist ég við opna kóðun, sem skilgreindi lýsandi orð og þemu í rannsóknargögnunum. Þemun sem birtust í þessari frumgreiningu gagnanna voru m.a. staður, heimagert, nýsköpun, náttúra, hreinleiki, hollusta, norðurslóðir, sveitamennska, handverk og matargerðarlist. Í framhaldinu tók ég til við að tengja saman hugtök og þemu í þeim tilgangi að skilgreina almennari hugtök og fá betri yfirsýn. Út úr þeirri vinnu urðu til þrír megin flokkar hugtaka, þ.e. *staður og rými, umboð og túlkun, og hreyfanleiki og athafnir*. Um þessa þrjá flokka fjalla greiningarkaflarnir þrír sem mynda hryggjarstykkið í ritgerðinni (kaflar 4, 5 og 6).

Hlutverk rannsakanda, síðferði og réttmæti rannsóknar

Í eiginlegum rannsóknum er gerð krafa um upplýst samþykki þátttakenda. Með *upplýstu samþykki* er átt við að þátttakandi hafi verið upplýstur um tilgang rannsóknarinnar, rannsóknarsnið og hvort í rannsókninni felist einhver áhætta eða ábati fyrir þátttakendur. Einnig þarf að vera skýrt að þátttakendur geti dregið sig út úr rannsókninni hvenær sem er (Kvale og Brinkmann, 2009, bls 70-71). Í fyrsta tölvupósti sem ég sendi viðmælendum mínum greindi ég frá því hvað rannsóknin gengi út á og að um væri að ræða MA rannsókn sem myndi ljúka með ritgerð. Hún myndi svo sennilega birtast á netinu með tíð og tíma. Vegna þess að myndefni er hluti af rannsóknargögnum gerði ég mér ljóst að nafnleynd yrði erfið, staðirnir mundu þekkjast af myndunum. Af þeirri ástæðu spurði ég alla viðmælendur hvort ég mætti birta nöfnin þeirra í ritgerðinni og sagði jafnframt að ég myndi bera undir þau ef ég vísaði beint í það sem þau segja í viðtölunum. Fyrir þessu var engin fyrirstaða, allir veittu leyfi sitt, ýmist með tölvupósti eftir viðtalið eða í viðtalinu sjálfu. Hljóðupptökur af viðtölunum og ritaður texti þeirra er í minni vörlu. Rannsóknin var tilkynnt til Persónuverndar áður en fyrsta viðtalið fór fram og er hún númer S6387/2013.

Í eiginlegum rannsóknum er rannsakandi aðal rannsóknartækið (Creswell, bls. 45). Þetta á ekki síst við í viðtalsrannsóknum sem þessari þar sem þekking verður til í gegnum samskipti viðmælenda og rannsakanda og með túlkun rannsakanda á því sem hún sér, heyrir og skynjar (Kvale og Brinkmann, bls. 74-76). Rannsakandi þarf að vera meðvitaður um eigin bakgrunn og viðhorf – og hvernig þau geta haft áhrif á rannsóknina. Þá þarf rannsakandi að ígrunda tengsl sín við viðfangsefni og þátttakendur, sem og siðferðilega þætti rannsóknarinnar. Þannig er mikilvægt að rannsakandi „staðsetji“ sig í rannsókninni.

Í þeirri rannsókn sem hér um ræðir er m.a. fjallað um viðhorf og hugmyndir fólks. Efnið getur varla talist viðkvæmt, eða til þess fallið að skapa áhættu fyrir viðmælendur. Þó eru ýmsir siðferðislegir þættir sem þarf að skoða og tengjast m.a. trúnaði, heilindum, nafnbirtingu og tengslum mínum við viðmælendur og viðfangsefni. Ég hef þegar komið inn á mikilvægi upplýsts samþykkis og nafnbirtingar, en tengsl mín við nokkra viðmælendur mína snertir einnig siðferði rannsóknarinnar. Þannig eru fimm viðmælendur kunningjar og vinir sem ég hef kynnst í gegnum starf mitt eða á öðrum vettvangi. Mikilvægt er að ígrunda hvort þekking mín á störfum þeirra og fyrirtækjum hafi áhrif á greiningu og túlkun gagna. Þá er ekki hægt að ganga að því sem vísu að lýsing mín og túlkun á orðum þeirra sé eitthvað sem þau eru tilbúin að samþykkja að sé sú merking sem þau leggja í hlutina. Þá má nefna þekkingu mína á viðfangsefninu, en ég hef unnið með mat og ferðaþjónustu í starfi mínu í all mörg ár. Mikilvægt er að sú þekking trufli ekki greiningu gagna þannig að túlkun hefjist of snemma og byggi frekar á fyrirfram mótaðri þekkingu en gögnunum sjálfum. Að lokum má nefna uppruna minn í sveit og núverandi búsetu í dreifbýli. Allir viðmælendur mírir búa í dreifbýli og sum þeirra eru alin upp í sveit eins og ég. Í viðtolunum og við lestur vettvangsgagna varð ég oft vör við hugrenningatengsl við eigin reynslu, sem og skilning á viðfangsefnum dreifbýlisins. Í ritgerðinni hef ég leitast við að láta bakgrunn minn og tengsl við viðmælendur og viðfangsefni rannsóknarinnar ekki lita túlkun mína á rannsóknargögnum.

Viðmælendur

Viðmælendur mírir eiga það allir sameiginlegt að reka lítil ferðaþjónustufyrirtæki í dreifbýli á Íslandi. Sum eru alin upp í sveitinni, önnur í borg. Einhverjur hafa dvalið erlendis í lengri eða skemmri tíma, meðan aðrir hafa alið aldur sinn að mestu á Íslandi. Þau hafa starfað mislengi í ferðaþjónustu og hafa mismunandi menntun. Sviðslist, kennaramennt, þroskaþjálfun, grafísk hönnun, landbúnaðarnám og ferðamálafræði eru dæmi um fjölbreyttann

menntunarbakgrunn þeirra. Fjögur þeirra eru menntaðir matreiðslumenn. Þau eru að flest á aldrinum 40 ára til 60 ára, en yngsti viðmælandi er 29 ára og sá elsti 71 árs. Níu þeirra eru á Norðurlandi eystra og vestra, tvö á Vesturlandi og þrjú á Suðurlandi. Þetta er því nokkuð fjölbreyttur hópur einstaklinga sem hefur fjölbreyttar skoðanir og viðhorf til lífsins.

Fyrsti viðmælandi minn var Pálína Jónsdóttir (f. 1968), sem á og rekur ferðaþjónustufyrirtækið Lónkot á Höfðaströnd í Skagafirði. Pálína er sviðslistakona og ástríðukokkur og rekur Slow Food veitingastað í samstarfi við móður sína Ólöfu M. Ólafsdóttur. Þar er lögð áhersla á að nýta hráefni úr nánasta umhverfi og matseðill dagsins veltur á því hvaða hráefni er aðgengileg á hverjum tíma. Jörðin Lónkot er í eigu foreldra Pálínu og rætur móður hennar liggja þar. Foreldrarnir ráku ferðaþjónustu í Lónkoti á undan Pálínu og þó hún sé að mestu alin upp í Reykjavík, dvaldi hún löngum stundum í sveitinni sem barn. Ég þekkti Ólöfu, móður hennar, frá fyrri tíð í gegnum verkefnið *Matarkistan Skagafjörður*. Ég hafði hins vegar aldrei hitt Pálínu, sem tók hlýlega á móti mér þegar ég kom til að taka viðtalið, sem fór fram í setustofunni í Lónkoti. Meðan á viðtalinu stóð komu gestir í hádegismat og ég fékk að vera með Pálínu í eldhúsini og fylgjast með henni reiða fram dýrindis fiskisúpu og skyr með bláberjum og rjóma. Seinna fór ég í vettvangsferð í Lónkot með systur minni, þar sem tilgangurinn var að skoða staðinn með augum gestsins. Eldhúsið sitt kallað Pálína *Blómaeldhús Pálínu*. Ástæðuna segir hún vera að henni finnist gaman að gera alls konar tilraunir með jurtir og blóm í matargerðina – og hún lýsir því fyrir mér hvernig hún var eins og „fugl í leit að ormum“ fyrst þegar hún fór að matreiða með mömmu sinni og leitaði um allt á landareigninni eftir ætilegum jurtum. Pálína rekur ferðaþjónustuna í Lónkoti á sumrin, en dvelur erlendis á veturna og stundar þar sviðslist sína. Í ferðaþjónustunni eldar hún oftast sjálf fyrir gesti.

Svanhildur Pálsdóttir (f. 1970) á og rekur Hótel Varmahlíð í Skagafirði. Hún er Skagfirðingur að uppruna og keypti hótelið árið 2005. Við Svanhildur erum nágrannar og þekkjumst ágætlega, bæði í gegnum störf okkar og áhugamál. Hún er ásamt Pálínu einn af frumkvöðlum *Matarkistu Skagafjarðar* og hefur verið dyggur talsmaður þess að leggja áherslu á mat úr héraði í ferðaþjónustu svæðisins. Maður Svanhildar rekur blandað bú í nágrenninu og nýtir Svanhildur afurðir þaðan. Hún er menntuð sem textílkennari og ber hótelið þess ótvíraett merki, þar sem hennar eigin handverk og annarra prýða vistarverur. Í eldhúsi hótelsins er sem fyrr segir lögð áhersla á staðbundinn mat og matreiðir Svanhildur stundum sjálf, einkum utan háannatíma. Við Svanhildur fundum okkur tíma fyrir viðtalið

sem fram fór í matsal hótelsins á rólegum tíma. Ég fór síðar aðra ferð sem gestur í þeim tilgangi að gera vettvangsrannsókn. Ég hafði að vísu oft borðað á hótelinu, en Svanhildur er dugleg að halda ýmsa viðburði, líkt og Hrossablót,²⁶ Ásbirningablót²⁷ og fleira. Í þetta sinn setti ég þó upp þjóðfræðigleraugun og reyndi meðvitað að skoða hlutina með öðrum hætti en áður. Í gegnum starf mitt hef ég oft þurft að setja upp hin og þessi gleraugu í þeim tilgangi að taka út einhverja hluti, viðburði eða fyrirbæri – farið í mismunandi hlutverk ef svo má segja. Að setja sig í stellingar með ákveðin markmið í huga og reyna að útiloka annað er afar mikilvægt í vettvangsrannsóknum sem þeirri sem ég framkvæmdi þetta sumarkvöld á Hótel Varmahlíð. Hvernig til tekst er mikið til þjálfunaratriði, en eftir að hafa prófað hvorutveggja mundi ég segja að vettvangskönnun á vel þekktum stað sé mun meiri áskorun en á ókunnum stað. Þegar staðurinn er vel þekktur höfum við þegar mótað okkar viðhorf til hans og það getur reynst þrautin þyngri að losa sig úr þeim „böndum“. Á móti kemur að ef þekking á staðnum er til staðar, getur sparast tími og fyrirhöfn við það sem nauðsynlegt er að kynna sér á ókunnum stað.

Þorkell Símonarson (f. 1969), Keli vert, á og rekur Gistihúsið Langaholt á Snæfellsnesi. Hann tók við af foreldrum sínum og er uppalinn á Snæfellsnesi. Ég rakst á fyrirtækið á fyrrnefndum lista sýslumannsembættanna og þá rifjaðist upp fyrir mér að ég hafði hlustað á þætti í útvarpinu þar sem Guðni Már Henningsson spjallar við Kela vert, meðal annars um matargerð. Þættirnir, sem kölluðust „Auglit“, voru á dagskrá á árunum 2013 og 2014 og vöktu athygli mína fyrir skeleggar samræður þeirra félaga. Eftir að hafa skoðað heimasíðu Langaholts hafði ég samband við Kela, sem bauð mig velkomna vestur á Snæfellsnes. Þangað hélt ég svo eldsnemma á septembermorgni í blíðskaparveðri. Líkt og allir mínir viðmælendur tók Keli mér vel og við settum okkur í matsalinn í Langaholti þar sem viðtalið fór fram. Keli var ófeiminn að lýsa viðhorfum sínum og skoðunum á ýmsum málum tæpitungulaust og úr varð lengsta viðtal rannsóknarinnar, sem stóð yfir vel á aðra klukkustund. Hann var einn af þeim viðmælendum mínum sem virtist hafa mjög mótaðar skoðanir á ýmsum þáttum tengdum mat, en það var mjög misjafnt meðal viðmælenda. Í Langholti er lögð áhersla á sjávarfang af Snæfellsnesinu, afurðir úr náttúrunni og staðbundin matvæli. Keli hafði ætlað sér að sjá um matreiðslu fyrirtækisins, en starfsemin hefur stækkað og vegna anna í rekstri

²⁶ Hrossablót er árlegur viðburður á hótelinu þar sem hrossakjötið er í aðalhlutverki. Þá er gjarnan gestakokkur og ýmis skemmtitatriði tengd hrossum, eins og kveðskapur, frásagnir o.fl.

²⁷ Ásbirningablót er viðburður þar sem bornar eru fram miðaldakrásir, sem er tilgátumatur byggður á ýmsum heimildum frá þeim tíma. Skemmtidagskrá tengist einnig miðoldum.

ræður hann nú matreiðslumenn yfir sumarið. „Það er ekki hægt að stjórna fyrirtæki frá pönnunum“ eins og hann orðaði það. Hann leggur þó línur varðandi hráefnisval og matargerð, ásamt öðru sem viðkemur fyrirtækinu.

Frá Langaholti lá leið míni til Brynju Brynjarsdóttur (f. 1967), sem á og rekur sveitahótelið Hraunsnef í Norðurárdal í Borgarfirði ásamt manni sínum. Ég hafði fundið Brynju og Hraunsnef á téðum lista og eftir að hafa skoðað heimasíðuna ákveðið að leita eftir viðtali við hana. Brynja er þroskajálfi að mennt, auk þess sem hún hefur sótt ýmiss handverksnámskeið. Þegar ég spyr hana um uppruna, svarar hún að bragði „ég er nú bara frá Íslandi“. Hún bjó þó um tíma í Danmörku. Þau hjónin keyptu Hraunsnef og hófu þar rekstur ferðaþjónustu árið 2005. Brynja sagði að til að byrja með hafi ekki verið ætlunin að leggja áherslu á matreiðslu í fyrirtækinu. Eftirspurnin eftir veitingum hafi hins vegar aukist jafnt og þétt og þau því fært út kvíarnar á því sviði. Húsráðendur á Hraunsnefi leggja áherslu á sjálfbærni í öflun hráefnis til matargerðar, rækta mikið sjálf og nýta hráefni úr nágrenninu eftir því sem kostur er. Brynja matreiðir auk þess að mestu fyrir gesti sína sjálf.

Bryndís Óskarsdóttir (f. 1971), eða Dísa eins og hún er alltaf kölluð, rekur ferðaþjónustuna Skjaldarvík við Eyjafjörð ásamt manni sínum. Dísa er fædd og uppalinn á Akureyri, er grafískur hönnuður að mennt og nýtir allskonar gamla hluti á skapandi hátt. Merki um það sjást víða í fyrirtækinu. Þau hjónin keyptu Skjaldarvík, þar sem áður var elliheimili, og stofnuðu ferðaþjónustu þar árið 2010. Dísa sagði mér að þau væru enn að „þreifa sig áfram“ í matreiðslunni, en hún er „alger matarnörd“ eins og hún orðar það sjálf og finnst einstaklega gaman að prófa nýja hluti í eldhúsini. Hjónin leggja áherslu á að nýta hráefni af svæðinu á einfaldan en jafnframt nýstárlegan hátt. Dísa sá alveg um matreiðsluna í upphafi en eins og margir af viðmælenda mínum sem hefur hún þurft að fá aðstoð, vegna þess að reksturinn hefur vaxið ört. Hún leggur þó línurnar varðandi það sem er á boðstólnum í eldhúsi staðarins.

Ólöf Þ. Hallgrímsdóttir (f. 1960) rekur ferðaþjónustu á bæ sínum Vogum í Mývatnssveit, þar sem hún og maður hennar stunda einnig búskap. Ólöf er fædd og uppalinn á bænum. Vogafjós, en svo heitir ferðaþjónustan, var einn af fáum stöðum sem ég heimsótti í tengslum við rannsóknina, þar sem enn er rekin búskapur við hliðina á ferðaþjónustu. Þar geta ferðamenn fylgst með kúnum úr matsal ferðaþjónustunnar og horft á mjaltir. Auk þess er sauðfé á beit við bæinn. Við Ólöf erum vel kunnugar frá fyrri tíð og höfum oft átt samtal um mat og ferðaþjónustu. Af fyrri reynslu vissi ég að Ólöf hafði skoðanir á málefni og var

það m.a. ástæða þess að hún varð fyrir valinu. Hún er líka reynslubolti í ferðaþjónustu og hefur starfrækt matarferðaþjónustu um langt skeið. Í Vogafjósi er lögð áhersla á afurðir „beint frá býli“ líkt og segir á heimasíðu fyrirtækisins. Ólöf matreiddi áður fyrir gesti, en hefur þurft að hætta því vegna anna við reksturinn. Hún leggur sjálf mjög ákveðnar línur um matseld og framreiðslu á staðnum. Ég snæddi kvöldverð í Vogafjósi eftir að viðtalinn lauk.

Þórólfur Sigurjónsson (f. 1965) er matreiðslumaður, sem rekur sveitasetrið Hofsstaðir í Skagafirði ásamt konu sinni, sem uppalin er á bænum. Auk ferðaþjónustunnar á Hofsstöðum, starfrækja þau hjónin fyrirtækið *Holt og heiðar* sem framleiðir safa, sultur og síróp úr íslensku birki, rabbarbara o.fl. Eldhús sitt kallar hann „arctic cuisine“ eða norðurheimsskauts-matargerð og er einn viðmælenda minna um að kenna sig við matargerð á norðurslóðum. Hann segir það tengjast ákveðnum hugmyndum þar sem hann tengir saman upplifun ferðamanna af náttúru Íslands og matinn sem hann býður þeim að kvöldi dags. Þórólfur matreiðir sjálfur fyrir gesti sína. Hann segist iðulega fara fram í salinn og spjalla við gesti og segja þeim sögur af matnum og af svæðinu. Hann safnar jafnvel síðu skeggi fyrir sumarið til þess að undirstrika hið norræna og efla áhrif sagnanna. Við Þórólfur þekktumst frá fyrri tíð.

Eftir þessi sjö viðtöl sem fram fóru haustið 2013, kom nokkurt hlé á viðtolunum. Ég nýtti þó tímann í að vinna úr þeim og öðrum gögnum, auk þess sem ég sat námskeiðið Eigindlegar rannsóknaraðferðir II í Háskóla Íslands. Það nýttist mér afar vel á þessu stigi í rannsókninni, þegar komið var að því að greina gögnin og undirbúa áframhaldandi viðtöl. Þráðurinn var svo tekin upp um vorið 2014 og var markmiðið að ná 14-15 viðtolum.

Vinnufélagi minn hafði bent mér á Stefán Tryggvason (f. 1957), sem á og rekur ferðaþjónustubýlið Þórisstaði í Eyjafirði ásamt konu sinni. Stefán er alinn upp á höfuðborgarsvæðinu, en langði stund á landbúnaðarnám og rak til allmargra ára kúabú á Þórisstöðum. Stefán skar sig nokkuð úr hópi viðmælenda minna þar sem hann sagðist ekki vilja leggja áherlu á staðbundin eða íslensk matvæli bara vegna þess að þau væru íslensk eða eitthvað betri en matvæli annarsstaðar. Hann sagði þau leggja áherslu á, að á borðum sé nægur og góður matur og virðist fyrst og fremst hagsýnn þegar kemur að mat í ferðaþjónustunni. Umhverfismálin eru honum hjartfólgin og þau nýta það hráefni sem næst þeim er eftir því sem hægt er.

Karl Jónsson (f. 1969) og Guðný Jóhannesdóttir (f. 1974) eiga helming í ferðaþjónustufyrirtækinu Lamb-Inn á Öngulsstöðum í Eyjafjarðarsveit, á móti föður Guðnýjar

og hans konu. Fjölskyldan sér um reksturinn og þau starfa öll að heild eða hluta í fyrirtækinu. Eyjafjarðarsveit er míin gamla sveit og svo vill til að Guðný, amma Guðnýjar Jóhannesdóttur og móðir míin, voru vinkonur. Við vissum því vel hver af annarri þó við þekktumst lítið. Karl og Guðný komu inn í reksturinn á Öngulsstöðum árið 2013 og eru því tiltölulega fersk í greininni. Þar hafði þó verið rekin ferðapjónusta um hríð og þar áður var búskapur á bænum. Viðtalið við þau var það eina þar sem voru tveir viðmælendur í einu. Mér fannst það ganga mjög vel, þau voru oft sammála um hlutina, en hreint ekki alltaf og þó ef til vill sé erfitt að dæma um það, virtist það ekki há því að þau segðu hug sinn. Á Öngulsstöðum er lögð áhersla á mat úr héraði, og sérstök áhersla á lambakjöt. Öll fjögur taka þátt í matreiðslunni á staðnum sem þau segja vilja hafa einfalda og hefbundna íslenska matreiðslu.

Sigrún Valdimarsdóttir (f. 1955) á og rekur ferðapjónustubýlið Dæli í Vestur-Húnnavatnssýlu ásamt manni sínum. Maður hennar er uppalinn á bænum en sjálf kemur hún af höfuðborgarsvæðinu. Hún hefur þó búið í Dæli í yfir 30 ár og þau hjónin rekið þar ferðapjónustu í 26 ár. Við Sigrún vissum hver af annarri í gegnum ferðamál en þekktumst lítið. Sigrún hefur yfirumsjón með matreiðslu fyrir gesti, en fær einnig aðstoð eftir þörfum og eru börn þeirra Víglundar að koma með auknum mæli inn í reksturinn. Helstu áherslur í matseldinni er hagsýni og að nýta hráefni úr héraðinu eftir því sem kostur er. Á Dæli hafði nýlega verið aukin áhersla á veitingar í rekstrinum

Frá Dæli lá leið míin út á Vatnsnesið þar sem viðtal var tekið við Sigrún Baldursdóttir (f. 1951), sem á og rekur veitingastaðinn Geitafell Seafood Restaurant, ásamt manni sínum. Eiginmaðurinn er uppalinn á bænum, en af skoskum uppruna og Sigrún er uppalin á höfuðborgarsvæðinu líkt og nafna hennar í Dæli. Hún hafði þó verið í sveit á Vatnsnesinu sem krakki. Staðurinn sérhæfir sig í fiskisúpu og heimabökuðum kökum. Stemmingin innandyra þar sem veggir og gluggasillur voru streyttar með rekaviði, þangi, fjörugrjóti og hlutum sem tengjast sjó og sjómennsku, tónaði vel við veðrið og sjóganginn útifyrir.

Þórhildur Jónsdóttir (f. 1974) rekur ferðapjónustuna á Hólum í Hjaltadal í Skagafirði. Hún er menntaður matreiðslumaður og ferðamálafræðingur og tók við rekstri ferðapjónustunnar árið 2013. Þórhildur er alinn upp að hluta í Skagafirði, en hefur starfað við matreiðslu á veitingastöðum í Reykjavík og í Skagafirði. Við þekktumst vel fyrir og höfum oft spjallað um mat og ferðapjónustu. Þórhildur skar sig úr að því leiti að hún var eini viðmælandinn sem ekki var eigandi að ferðapjónustunni þar sem hún starfar, sem er í

ríkiseign. Á veitingastað ferðaþjónustunnar, *Undir Byrgðunni*, er lögð áhersla á staðbundin matvæli.

Þegar hér var komið sögu átti ég orðið erfitt með að finna viðmælendur sem mér þóttu vænlegir í viðtal og voru ekki allt of langt í burtu. Þá mér bauðst að fara til Kirkjubækjarklausturs í vinnuferð. Þessa ferð nýtti ég til þess að taka þrjú viðtöl.

Einar Jóhannsson (f. 1986), er menntaður matreiðslumaður og leggur línumnar varðandi matreiðslu og veitingar í ferðaþjónustunni. Hann rekur ásamt foreldrum sínum (e. Country Hotel Anna) á Moldnúpi undir Eyjafjöllum. Auk þess hafa þau nýlega hafið rekstur Hótel Skógarfoss að Skógum, sem er í nágrenninu. Enginn búskapur er á bænum, fyrir utan nokkrar hænur. Ég kom síðla dags að Moldnúpi og Einar var svo vinsamlegur að eiga við mig viðtal þrátt fyrir miklar annir. Hann hafði mjög skýra sýn á áherslur sínar í matargerðinni, sem eru á staðbundinn mat og hann segir finna fyrir eftirspurn eftir slíku meðal ferðamanna.

Eva Björk Harðardóttir (f. 1968) rekur Hótel Laka í Landbroti í Skaftárhléppi, ásamt manni sínum og foreldrum. Hún er kennaramenntuð og starfað víða, en einnig verið viðloðandi ferðaþjónustuna í Hótel Laka frá því foreldrar hennar hófu þar rekstur 1973. Á hótelinu er lögð áhersla á mat úr héraðinu eftir því sem kostur er, heilnæman mat og að neytandinn geti alltaf gengið að því sem vísu hvað í matnum er. Enginn búskapur er á bænum.

Erla Ívarsdóttir (f. 1944) er menntaður matreiðslumaður og hefur rekið Hótel Geirland á Síðu ásamt manni sínum í 26 ár. Hún segist vera vestfirðingur í húð og hár þó hún sé búin að búa á svæðinu í yfir 30 ár. Á býlinu hefur verið rekið sauðfjárbú, en til stóð að leggja það niður haustið eftir að viðtalið fór fram.

Það sem vakti helst athygli mína í þessari ferð á Suðurlandið og í heimsóknum á ferðaþjónustustaðina var hversu ólíkt starfsumhverfið var. Viðtölin fóru fram 17. og 19. október og á meðan háönn í ferðaþjónustu á Norðurlandi var yfirlaðinn fyrir nokkru, virtist enn mikil umferð ferðamanna um Suðurland. Sunnlensku viðmælendur mírir áttu sammerkt að reka stærri staði en kollegar þeirra á Norður- og Vesturlandi og ferðamannatíminn hjá þeim var líka mun lengri.

4 Staðbinding matar

Í nútíma markaðsdrifnu samfélagi er matur verslunarvara sem allur þorri almennings kaupir í næsta stórmarkaði eða hjá þeim fáu „hornkaupmönnum“ sem lifað hafa af hagræðingarbylgju smásölu markaðar síðustu áratuga. Færri og færri þekkja það af eigin raun hvaðan maturinn kemur eða hvernig hann verður til (Jönsson, 2013, bls. 5; Trubeck, 2008, bls. 211), enda úrval í verslunum frá öllum heimshornum og ekki alltaf auðvelt að átta sig á uppruna eða innihaldi, jafnvel þó rýnt sé í merkingar á umbúðum.

Talsvert hefur verið skrifað um aukinn áhuga almennings á matvælum sem unnt er að rekja til uppruna eða staðar (sjá m.a. Amilien o.fl., 2005; Belasco, 2008 og Trubek, 2008), sem og þátt ferðaþjónustu í þeirri þróun (sjá m.a. Hjalager og Richards, 2002; Hall o.fl., 2003; Long 2004 og Hall og Gössling, 2013). Sænski þjóðfræðingurinn Håkan Jönsson gengur svo langt að telja að engin tískusveifla sé jafn útbreidd í heiminum um þessar mundir og eftirspurnin eftir hinu staðbundna og áhugi á að kynnast staðháttum (e. localness) (Jönsson, 2013, bls. 11). Þetta á við í daglegu lífi fólks, en þó ekki síður þegar það ferðast. Á ferðalagi birtist þetta í löngun til að upplifa hið einstaka, sem hver staður hefur upp á að bjóða, ásamt væntingum um framandleika (e. otherness), utan þess þekkta og hverdagslega í eigin tilveru.

Undanfarinn áratug hef ég fylgst með því hvernig áhuginn á staðbundnum mat hefur stöðugt vaxið hérlandis. Þó ég hafi horft á þá þróun fyrst og fremst af sjónarhlí ferðamálafræðinnar, þarf enga sérstaka innsýn í efnið til þess að átta sig á því að ásókn í staðbundinn mat og upprunatengdan mat hefur aukist jafnt og þétt í samfélagini. Sú tilhneiting birtist í samfélags- og fjölmíðum, gegnum blogg og matarumfjöllun ýmis konar á netinu, í útvarpi og sjónvarpi. Líkt og annars staðar virðist þessi áhugi fara þvert á mismunandi lög samfélagsins, allt frá almennum borgurum, einstaka matreiðslumönnum, veitingahúsum og verslunum, til staðbundinna frumkvöðla og sveitarfélaga víða um land og jafnvel rata inn í landspólítíkina. Erlendar rannsóknir benda til þess að eftirspurnin eftir staðbundnum matvælum er fyrst og fremst þéttbýlisfyrirbæri þar sem viðskiptavinir eru gjarnan úr millistétt með góða menntun og efnahag (Jönsson, bls. 13; Sims, 2010).

Allir viðmælendur mínr eiga það sameiginlegt að nýta staðbundið hráefni í matargerð innan fyrirtækja sinna. Hvort og hvernig sú áhersla birtist viðskiptavinum þeirra og almenningi er þó misjafnt, enda virðist hvatinn að baki mismunandi. Í mörgum viðtölum kemur þó fram að með áherslu á staðbundið vill fólk draga fram menningu staðarins og

kynna hana fyrir ferðamönum sem eftirsóknarverða, jafnvel framandi. Eitthvað sem þeir geta ekki fengið annars staðar í heiminum eða á ferð sinni um Ísland. Guðný á Öngulsstöðum lýsir því hvernig hún skynjar að gestir þeirra leita eftir hinu staðbundna. Gefum Guðnýju orðið:

Ég held einhvern veginn að obbinn af ferðamönum, hann er að leita að [hikar], mér finnst við finna ofsalega fyrir því hjá okkar gestum að þeir eru að leita eftir akkúrat bessu [gerir hreyfingu með höndunum]. Þeir eru að leita eftir menningunni. Þú ferð ekkert til Frakklands til þess að fara á hótel sem er alveg eins og hótelið [þitt] eða eins og heimilið þitt. Þú ferð til þess að leita eftir einhverju sem að þú þekkir ekki. Einhverju sem er framandi og einhverju sem er lókalt
(rannsóknarnótur 9, bls. 16).

Að öllum líkindum er Guðný hér að yfirfæra eigin væntingar yfir á gesti sína, enda ekkert líklegra en að þeir hafi svipaðar væntingar um að vilja upplifa eitthvað annað en hið hversdagslega á ferðalögum. Hvað nákvæmlega þetta „lókal“ og einstaka er, er þó ekki alltaf vel skilgreint og út úr viðtolunum má lesa tengingu við menningu, náttúru og hefðir, en einnig hið ekta, örugga og sérstaka. Þau gildi sem viðmælendur mírir tengja við sitt eigið „lókal“ eða sinn eigin stað og það sem hann hefur upp á að bjóða, eru þannig bæði efnisleg og huglæg og það gildir meðal annars um staðbundin matvæli.

Frönsku mannfræðingarnir Laurence Bérard og Philippe Marchenay (2007) hafa rannsakað tengsl matvælaframleiðslu og landsvæða í Frakklandi, einkum í tengslum við staðbindingu matar. Þeir segja þessi tengsl vera mismunandi. Þau einföldustu séu tengsl matvæla við stað án þess að það hafi nokkuð með sögu, verkþekkingu eða annað slíkt að gera. Kannski var nautið í steikinni alið á staðnum (en jafnvel erlent kyn) eða kartöflurnar ræktaðar þar. Í öðru lagi er algengt að staður eigi sér sögu, sem yfirfærð er á matvælin, en hefur ekkert með samtíma staðhætti að gera. Dæmi um slíkt væri KEA hangikjöt sem hefur ekkert með fyrrum Kaupfélag Eyfirðinga að gera lengur og er reyndar framleitt á Húsavík en ekki í Eyjafirði (sjá mynd 6). Engu að síður er hangikjötið tengt við staðinn Eyjafjörð og forna sögu KEA þar um slóðir. Þarna er verið að vísa til fortíðar og tiltekins staðar – og reyndar gengið enn lengra en skilgreining Bérard og Marchenay býður upp á því varan hefur með hvorugt að gera lengur. Að síðustu nefna



Mynd 6. KEA hangikjöt frá Norðlenska. Birt með leyfi markaðsstjóra Norðlenska.

þeir félagar matvæli sem eiga rætur sínar bæði í sögu og nútíma verkþekkingu staðarbúa. Slík

matvæli eru hluti af staðbundinni menningu, eiga sér stöðu í tíma og rúmi, eru háð því staðbundna (Bérard og Marchenay, 2007). Hér á landi er það sennilega fyrsta dæmið sem þeir nefna sem er algengasta útfærslan. Ef stærstur hluti hráefnis í rétti kemur af staðnum, úr héraðinu eða býlinu, er það yfirleitt viðurkennt sem staðbundinn matur þó svo það hafi enga sögulega tengingu og sé jafnvel meðhöndlað að erlendri fyrirmynnd. Í viðtolunum kemur fram að tenging við sveitina, náttúruna, hið ekta og upprunalega, hollustu, gæði eða jafnvel Norðurheimskautið gefur matnum aukið virði í hugum viðmælenda minna og draga má þá ályktun að það geri það einnig í hugum ferðamannanna, gesta þeirra.

Donna Isabella Caroline Sundbo, við Roskilde háskólann í Danmörku, rannsakaði staðbundinn mat sem hugtak og fyrrbæri. Hún segir fræðilega merkingu þess, sem sé afar breytileg, vera háða því í hvaða samhengi og innan hvaða kenningaramma það er skoðað. Oftast sé fjallað um það í tengslum við iðnvædd matvæli og þá sem valkost við slík matvæli (Sundbo, 2013, bls. 68). Rannsóknir hennar, sem byggðu á viðtolum við framboðsaðila jafnt sem neytendur staðbundinna matvæla, leiddu í ljós að bæði neytendur og framleiðendur hafa afar mismunandi hugmyndur um fyrir hvað staðbundin matvæli standa. Oft eru slík matvæli þó tengd umhverfisvernd og jákvæðum félagslegum gildum. Kenningarleg niðurstaða hennar er að ekki sé hægt að stilla staðbundnum matvælum upp sem andstæðu við iðnvædd matvæli. Fremur sé um hliðstætt fyrrbæri ræða, til þess fallið að mæta væntingum og kröfum nútímafólks, m.a. um aukna upplifun (bls. 69, 76). Það sé nokkuð sem iðnaðarframleidd matvæli nái ekki að kalla fram hjá neytendum. Að tengja matinn við stað og etv einnig menningu, sögu eða félagsleg gildi, er ein birtingarmynd þess hvernig leitast er við að endurskapa tengsl milli neytenda og framleiðenda sem rofnað höfðu við tilkomu flókinna nútíma matvælakerfa (Sundbo, 2013, bls. 66, Jón Þór Pétursson, 2013, bls. 18) – og þar með traust neytandans á vörunni. Meginniðurstaða Sundbo er að staðbundin matvæli hæfa fyrst og fremst upplifunarhagkerfi nútímans. Í ferðapjónustu er upplifun lykilhugtak og sterkt tenging er á milli staðbundinna matvæla og upplifunar, þar sem staðbundin menning verður stöðugt eftirsóknarverðari í heimi þar sem hægt er að fá sömu vöruna nánast alls staðar.

En hver skyldi vera hvatinn á bak við það hjá viðmælendum mínum að tengja mat við stað? Í þessum kafla mun ég líta á bak við tjöldin og skoða hvað liggur að baki áherslunni á staðbundin matvæli. Meðal annars mun ég kenna hvernig tenging heimildamanna minna við staðinn hefur þar áhrif og leitast við að greina hvernig þau tengsl verða til í gegnum

staðbundin og hnattræn ferli. Þá mun ég leggja mig fram um að skilgreina hvernig viðmælendur mínr umbreyta þeim huglægu gildum sem þau tengja við staðinn og umhverfi sitt, í upplifun fyrir gesti sína, m.a. í gegnum matinn sem þau bera á borð. Að lokum mun ég velta fyrir mér hvernig staðurinn verður til í gegnum flókin tengslanet viðmælenda minna.

Að eiga sér stað

Ég stend í gömlum sporum á Nafabréuninni fyrir ofan Sauðárkrók sunnan Kirkjuklaufar, skyggnist um, kann samt utan að það sem ég sé. Þekki það ekki síður en línumnar í lófum mínum [...] Skagafjörður skín við augum. Og mér finnst snöggvast eins og oft fyrr að allar hurðir hafi fallið að stöfum fyrir aftan mig og ekkert landslag sé til umfram þennan víða og háa sal, opinn norðan megin út til Hafssbotna

(Hannes Pétursson, 2011, bls. 9).

Þannig kemst skáldið og Skagfirðingurinn Hannes Pétursson að orði við upphaf bókar sinnar *Jarðlag í tímanum. Minningamyndir úr barnæsku*. Líkt og titill bókarinnar bendir til, hefur Hannes lag á að bregða upp myndum sem standa ljósifandi fyrir augum þegar texti hans er lesinn og á fyrstu síðum bókarinnar nær hann að lýsa með einstaklega skýrum hætti hversu náið fólk getur tengst stað, í þessu tilviki æskuslóðum.

Í umfjöllun landfræðingsins Tuans (1977/2014, bls. 3-4) um tengsl staðar og rýmis, sem greint er frá í kafla tvö hér að framan, kemur fram að það er hinn efnislegi staður sem skilgreinir rýmið – allt eftir því hvernig einstaklingurinn upplifir og skynjar hið efnislega. Í skrifum Hannesar má sjá hvernig landslag Skagafjarðar skilgreinir rýmið þar sem minningarnar búa og rammar inn hans eigin upplifun af staðnum, bæði fyrr og síðar. Og Hannes heldur áfram „[...] líkt og forðum daga vekur hvert byggðarlag um sig með mér hughrif sem þiggja blæbrigði sín af legu þess í héraðinu, en einnig því sem ég vissi og veit enn betur nú um fólkið þar og sveitarhætti“ (bls. 9). Hinn efnislegi staður blasir við, en í rýminu býr skynjunin þar sem „ytri og innri víddir, land og líf, renna saman að fullu“ (bls. 9) í huga skáldsins.

Kenningar Tuans um tengsl staðar og rýmis henta að mörgu leyti vel til þess að útskýra hvernig mismunandi tengsl viðmælenda minna við staðinn (þar sem þau búa og reka ferðapjónustu), hafa áhrif á hugmyndir þeirra og það hvernig þau túlka staðinn – meðal annars í gegnum matinn sem þau framreiða. Þau eru tengd staðnum á mismunandi vegu. Sum eru líkt og Hannes fædd og uppalin þar, önnur eru aðflutt – hafa kannski keypt staðinn til þess að reka þar ferðapjónustu. Í skilgreiningum Tuans eru áþreifanlegir hlutir og

staðurinn kjarninn í sjálfsmynd einstaklinga og hópa (Tuan, 1977/2014, bls, 147, 175, 197-198), þar er uppruninn og ræturnar. Í hinu óhlutbundna rými býr hins vegar hreyfing. „ef við lítum á staðinn sem ferli, erum við ófær um að þróa skynjun okkar á honum“ segir Tuan (1977/2014, bls. 179). Í lýsingum sumra viðmælenda minna á staðnum þar sem þar sem þau búa, kemur fram hvernig hann er hluti af sjálfsmynd þeirra. Til að mynda á sveitin og samfélagið þar afar sterka hlutdeild í sjálfsmynd Kela og Ólafar, eins og fram kemur hér á eftir. Þau eru bæði fædd og uppalin þar sem þau nú búa og starfa. Að mati Tuans er staðurinn tákna stöðugleika og öryggis – jafnvel tákna heimilis. Hann telur að hreyfanleikinn í nútímanum verði oft til þess að fólk skorti haldreipi í lífinu – það sé ekki skuldbundið og skorti tengingu, eigi hvergi rætur (bls. 182-184).

Ef gengið er út frá kenningum Tuans má gera ráð fyrir að þeir viðmælendur mírir sem fæddir eru og uppaldir á staðnum skynji hann sem efnislegan, afmarkaðan og fyrirséðan stað, sem veitir öryggi og er þeirra heimili. Með öðrum orðum sem fasta. Þeir viðmælendur sem nýkomnir eru á staðinn eða dvelja þar einungis takmarkaðan tíma úr árinu eru þá hreyfanlegir og ættu skv. kenningum Tuans að vera rótlausir og óskuldbundnir staðnum. En er þetta svona einfalt? Staðirnir eru jú heimili þeirra, líkt og hinna. Skoðum aftur bernskulsþóðir Hannesar Péturssonar. Í lýsingum sínum er hann staddir uppi á Nöfunum fyrir ofan Sauðárkrók og horfir yfir vel þekktan (og öruggan) stað sem hann þekkir „ekki síður en línurnar í lófum sínum“. Í huganum fer hann þó aftur í tímann og rifjar upp kynni sín af „fólk“ þar og sveitarháttum“. Lýsingar hans skapa þannig sögulegt samhengi, ferðast aftur í tímann og tilbaka. Þær eru á hreyfing þó þær stoppi við augnablik, líkt og „minningarmynd“, þegar Hannes lýsir landslaginu sem blasir við.

Viðmælendur hafa vissulega mismunandi tengsl og þar með þekkingu á staðnum, en hvort sem þeir eru staddir á æskuslóðum eða nýaðkomnir er þekking þeirra og skynjun af staðnum ætíð undirorpin breytingum. Í öllu mannlegu atferli er fólgin vitneskja sem mótað í sífellu. Það má því gera ráð fyrir að þó heimabornir viðmælendur mírir eigi sér minningar um staðinn frá bernsku, líkt og Hannes lýsir, hafi sú þekking sem þau búa yfir úr æsku mótað með tímanum. Í gegnum ferðaþjónustuna upplifa þau staðinn með augum gesta sinna sem að öllum líkindum skynja hann á mismunandi vegu, auk þess sem þau bera með sér áhrif frá öðrum stöðum. Þannig er staðurinn á sífelldri hreyfingu í tíma og rúmi. Eina stundina er hann heimili viðmælenda minna, öruggur og fyrirséður í anda Tuans. En fyrr en varir er hann kominn á hreyfingu, fer aftur í tímann þegar minnst er berjaferða í æsku eða rifjaðar upp

uppskriftir frá mömmu eða ömmu til að nota í ferðaþjónustuna. Ef til vill er svo farið í ferðalag til útlanda þar sem bragðað er á spennandi réttum sem síðan eru prófaðir á ferðamönum þegar heim er komið. Vel að merkja með íslensku hráefni.

Ímyndin um staðinn sem fastan og fyrirséðan, í anda Tuan, endurspeglast í þeirri hugmynd að eftirspurn eftir staðbundnum matvælum megi rekja til þess að fólk leiti einhvers konar uppruna og rótfestu í hraða nútímans (Jönsson, 2013, bls. 9). Að eiga sér stað í veroldinni virðist flestum mikilvægt, og staðbundin matvæli sem mótvægi við iðnvædd matvæli eru tákna um uppruna og einfaldleika á móti flóknum og hreyfanlegum nútímanum. Í viðtolunum kemur þessi orðræða skýrt fram, þar sem leitast er við að endurspeglar smæð fyrirtækjanna, dreifbýlið og nálægð við náttúru í staðbundnum matvælum. Hin staðbundnu matvæli verða þá tákna um öryggi og látleysi í mótssetningu við hraða borgarlífsins – þaðan sem ferðamennirnir koma.

Á sama tíma og þessi ímynd liggar í loftinu er þó staðurinn í hinum staðbundnu matvælum á stöðugri hreyfingu; það er búinn til Fetaostur úr íslenskri mjólk að hætti Grikkja eða notaðar sætar kartöflur (sem ekki er hægt að rækta á Íslandi) í kjötsúpuuppskriftina frá ömmu. Þannig getur matreiðslan orðið skurðpunktur áhrifa frá ýmsum stöðum og hráefnið í hefðbundna rétti fengið annars staðar frá. Staðurinn í hinum staðbundnu matvælum er því á stöðugri hreyfingu og ávallt verðandi (Creswell, 2002; Gabbert og Jordan-Smith, 2007).

Í hópi heimildamanna minna eru fimm einstaklingar, sem hafa alist upp á staðnum þar sem þau reka ferðaþjónustuna og að auki eru tveir sem hafa alist þar upp að hluta eða í næsta nágrenni. Þetta er tæpur helmingur viðmælenda. Fimm aðrir tengjast staðnum tengdaböndum og starfrækja ferðaþjónustuna með maka sem alist hefur upp þar, en þrír hafa keypt staðinn og hafið þar ferðaþjónustu, ýmist strax eða eftir að hafa rekið þar hefðbundinn búskap og einn viðmælandi minn rekur ferðaþjónustu í eigu ríkisins.

Þegar leið á viðtalstímabilið, fór ég að átta mig á því að fólk skynjaði staðinn og samfélagið þar sem það rekur ferðaþjónustu, á mismunandi vegu. Ef til vill mætti orða það svo að viðmælendur skynji eigið hlutverk og tilveru í nærsamféluginu á mismunandi vegu eftir því hvaða tengsl þeir hafa við staðinn eða svæðið. Enginn gaf þó í skyn lítil tengsl og engar skuldbindingar við sitt nærsamfélag og í viðtolunum lýsa viðmælendur margskonar samböndum við landslag og fólk í umhverfinu.

Allir viðmælendur lýstu til að mynda tengslum við náttúru staðanna, en nokkrir þeirra skáru sig úr með því að snúa samtalinnu iðulega að samféluginu og skyldum sínum gagnvart

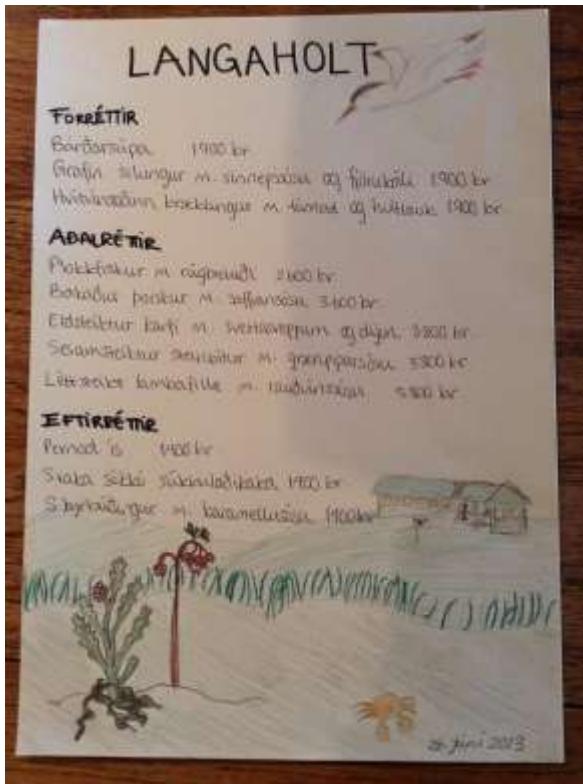
því. Þetta voru þeir aðilar sem alist höfðu upp á staðnum og störfuðu þar árið um kring. Þó vissulega sé ekki hægt að alhæfa út frá örfáum einstaklingum var skýr munur á því hvernig þessir viðmælendur mírir orðuðu hlutina samanborið við viðmælendur sem höfðu öðruvísi tengingu við staðina. Í orðum þeirra mátti greina hvernig samfélag og menning staðanna var mikilvægur hluti af þeirra eigin sjálfsmynd. Að því leyti má segja að hugmyndir Tuans um að ábreifanlegir hlutir (líkt og félagsheimili og skólar), sem og staðurinn, myndi kjarnann í sjálfsmynd einstaklinga og hópa. Þannig endurspeglar orð Ólafar sterka sjálfsmynd hennar sem Mývetnings, Keli er stoltur af því að vera Snæfellingur og ber málefni samfélagsins fyrir brjósti og í frásögn Guðnýjar má greina „kjarna“ Eyfirðing.

Keli ólst upp í Langaholti, þar sem hann rekur nú ferðaþjónustu. Líkt og fram hefur komið tók hann við af foreldrum sínum sem starfræktu ferðaþjónustu á bænum um árabil. Á Snæfellsnesinu og í sveitinni liggja ræturnar. Þó sú mynd sem hann bregður upp af tengslum sínum við staðinn sé ef til vill hverdagslegri en mynd Hannesar, lýsir hún með kjarnyrtum hætti sterkri tengingu við átthagana: „ég er hérna að gera þetta [reka ferðaþjónustu] af því að mér finnst vænt um sjóinn minn og mér finnst gott að míga út í hérna“ (rannsóknarnótur 3, bls. 40). Staðurinn er vel þekktur og hverdagslegur fyrir honum, en hann er stoltur af sínu og vill miðla þeirri tilfinningu til gesta sinna. Hann telur að bændur mættu gera meira af því að undirstrika sérstöðu búa sinna, vera með eigin „línu“ í matvælaframleiðslu og kynna hana með stolti: „Eins og mér líður sjálfum þegar ég er að monta mig af því sem er hérna í matinn – héðan“ (rannsóknarnótur 3, bls. 26). Hann lýsir því fyrir mér hverju hann vill koma á framfæri við gesti sína:

Þetta er það sem okkur finnst gott og það sem við erum svo stolt af, sem Íslendingar, staðbundnir Snæfellingar, dadada. Það er í rauninni hjartað í þessu. Að við erum montin af því að gera okkar soð, okkar þetta, okkar hitt. Og ég er montinn af því að Breiðafjörður er sjálfsagt ein bestu fiskimið á Íslandi. Ég er montinn af því að geta, sem sagt, selt alveg hlúnka bláskel sem að hérna, Símon minn í Hólmi er stoltur af og ég er bara, þú veist, já það er það. Þú veist: hérna hefurðu það besta sem við getum boðið þér í dag sem er okkar

(rannsóknarnótur 3, bls. 40).

Líkt og Keli sleit Ólöf barnsskónum á bænum þar sem hún rekur nú ferðaþjónustu. Vogar og Mývatnssveit er því hennar staður sem hún hefur sterkar taugar til. Í Vogum er enn stundaður hefðbundinn búskapur, sem Ólöf og hennar fólk kynna fyrir gestum sínum meðal



Mynd 7. Matseðlar í Langaholti (t.v.) og Vogafjósi (t.h.). Myndir: Laufey Haraldsdóttir

annars með útsýni úr veitingasalnum inn í fjósið og hefðbundnum íslenskum réttum í bland við annað á matseðlinum. Þar er lögð áhersla á sérrétti Mývatnssveitar eins og reyktan silung, heimareykt hangikjöt og hverabrauð (sjá mynd 7), sem gestir gæða sér á um leið og þeir fylgjast með mjöltum eða horfa á sauðfé á beit út um gluggann. Hin sterku tengsl Ólafar við staðinn og ábyrgð gagnvart samfélagini er ef til vill best lýst þegar hún segir mér að að þau hafi opið á jólunum vegna þess að hún vill ekki „láta það spryrjast að fólk fái ekki að borða í Mývatnssveit“ (rannsóknarnótur 5, bls. 3). Ólöfu er ekki sama um orðspor sveitarinnar og vill leggja sitt af mörkum til að halda því á lofti.

Guðný tengir sterkt við Eyjafjörðinn, en ekki síður við býlið og sögu fjölskyldunnar sem búið hefur á bænum í nokkrar kynslóðir. Í viðtali við Björn Þorláksson á Akureyrarvefnum 2012 lýsir Guðný tengslum sínum við Eyjafjörð og Öngulsstaði:

Þakklátust er ég fyrir þau forréttindi að fá að alast upp með stórfjölskyldunni þar en auk foreldra naut ég uppeldis frá afa og ömmu, afabróður mínum sem var þó meira svona eins og auka afi og langömmu að ógleymdu Valdimari Bjarnasyni, heitnum sem dvaldi hjá okkur á sumrum og um hátíðir og kynnti mig fyrir íslenska hestinum. Að alast upp við þessar aðstæður eru forréttindi sem ég vildi að öll börn fengju að njóta. Allt þetta góða fólk mótaði mig og þeim á ég allt að þakka. Rætur mínar eru og munu alltaf vera heima á Öngulsstöðum sem segir held ég allt sem segja þarf um bernsku mína heima í falle Gusti sveit landsins

(Björn Þorláksson, 2012).

Í viðtali hennar við mig birtast þessi sterku tengsl við ættaróðalið, stórfjölskylduna og sveitina sem Guðný lýsir hér að ofan. Það kemur m.a. fram í umfjöllun hennar um matinn sem þau bera á borð, sem oft er heimagerður af henni og jafnvel tengdur fjölskyldusögunni: „Þannig að þetta er þessi gamli sunnudagsmatur sko. Brúnuðu kartöflurnar og rauðkálið sem pabbi er voðalega stoltur af. Það er uppskrift sem að hann og amma hafa þróað í sameiningu sko. Amma byrjaði“ (rannsóknarnótur 9, bls. 10). Fyrir utan aðalbyggingu ferðaþjónustunnar á Öngulsstöðum, sem eru endurbyggð úтиhús, nýta þau gamla bæinn í starfsemina, en hluta af honum má rekja til ársins 1830. Þar taka þau á móti gestum með brennivíni, hákarli og grautarlummum um leið og þau fræða gesti um hlutverk hússins sem samkomusalar sveitarinnar þar sem sett voru upp leikrit og haldnar veislur á árum áður.

Auk þess að lýsa sterkri tengingu við staðinn, kemur fram í viðtolunum að áherslan á staðbundin matvæli sé hluti af því að styðja viðkomandi svæði efnahagslega og samfélagslega. Ólöf til að mynda hikar ekki við að benda gestum sínum á aðra veitingastaði í nágrenninu ef það er fullt hjá henni „ég er ekkert feimin við það að segja sko, það eru aðrir staðir ef þið viljið ekki bíða“ (rannsóknarnótur 5, bls. 10). Þannig styður hún við annan rekstur á svæðinu þrátt fyrir samkeppni um viðskiptavini. Guðný tekur í sama streng og segir:

Og svo fáum við grænmetisætur líka og annað sem að [þarf að bregðast við], þá sveigjum við okkur að því og við höfum verið í samstarfi við Silvu²⁸ að fá [mat frá þeim]. Þegar við erum að fá stóra hópa og þá eru oft ein, tvær grænmetisætur og þá er oft svoltíð erfitt þegar við erum að anna miklu úr eldhúsini. Við erum ekki með það sérhæft starfsfólk. Þá kaupum við frekar bara frá henni og segjum bara frá því: þetta er frá grænmetisstað hérna í sveitinni. Við erum ekki í neinni samkeppni hérna. Það er eiginlega hver á sínu svíði

(rannsóknarnótur 9, bls. 11).

Af þessu má draga þá ályktun að þó vissulega sé samkeppni um viðskiptavinna þá ríki einnig samvinna á vissum sviðum þar sem slíkt getur verið til hagsbóta fyrir báða aðila.

Í viðtalini við Kela kemur fram að hans eigin hagsmunir og stuðningur við samfélagið efnahagslega og félagslega fara saman. Að reka ferðaþjónustu á svæðinu er liður í því að geta búið og starfað þar sem hann helst vill og hann segir: „Ég er alveg eins og fiskur í tjörn hérna í sveitinni minni, ég virka illa í Reykjavík“ (rannsóknarnótur 3, bls. 41). Um kaup á staðbundnum matvælum segir hann:

Þetta er bæði sko, einhver töffaraskapur að geta sagt þetta og líka þá er svona svæðið sko, þú veist, þetta, þetta svona aðeins hjálpar til að maður er að [kaupa staðbundin matvæli], verður

²⁸ Silva er hráfæðistaður á bænum Syðra-Laugarlandi skammt frá Öngulsstöðum, www.silva.is.

meira eftir á svæðinu, sem að er svoltíð mikið atriði. Það skiptir mjög miklu máli og þegar maður er fæddur og uppalinn í svona sveit þá skilur maður það. Flestir sem búa hérna í sveitinni þeir setja samfélagið í rauninni í fyrsta sæti og svo sig. Öðruvísi gæti þetta ekki þrifist nefnilega (rannsóknarnótur 3, bls. 11).

Svanhildur tekur í sama streng og segir:

Mér finnst bara skipta máli að hótelið sé – að það skipti máli í samféluginu, skilurðu. Bæði bara fyrir fólk að fá þar atvinnu og svo framvegis, fyrir fólk að koma þangað og njóta þess að geta farið á góðan stað. Að það sé huggulegur staður sem þú getur komið á og hérna og hvort sem það heitir prjónakaffið eða út að borða á sumrin skilurðu. Þú veist bara að það sé svona einhvernvegin svoltíð hjarta [samfélagsins]. Og líka bara já. Og sem sagt að það er eitthvað sem eru gæði. Það er ekki bara eitthvað þú veist. Og svo finnst mér bara skipta máli líka bara efnahagslega sko að maður sé að nota þjónustu heima við þegar hún er [til staðar], þegar hægt er að fá hana og þegar hún er ódýrari og jafn góð og annarsstaðar

(rannsóknarnótur 2, bls. 9).



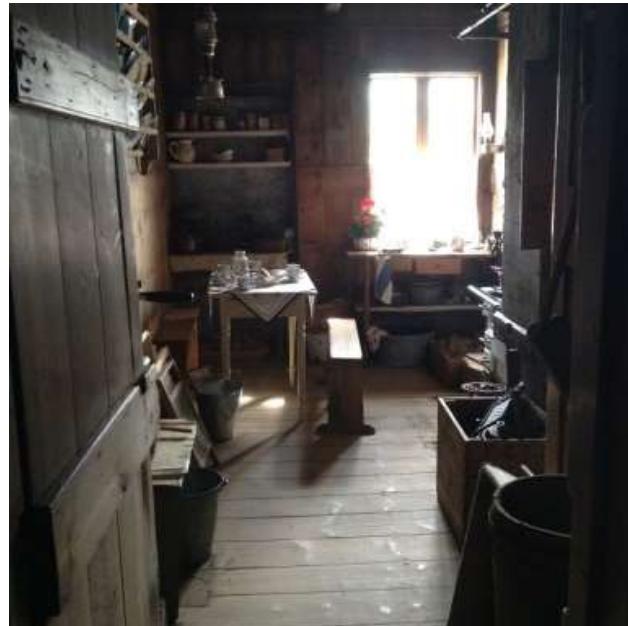
Mynd 8. Skilti við Hótel Varmahlíð.
Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

Svanhildur sér fyrir sér starfsemina sem mikilvægan hlekk í samféluginu á staðnum, bæði félagslega og efnahagslega. Að bjóða upp á staðbundin matvæli er hluti af þeirri sýn, að gefa mynd af því sem samfélagið og svæðið býður uppá (sjá mynd 8). Bæði leggja Svanhildur og Keli þó áherslu á að gæði hinna staðbundnu matvæla og þjónustan í kringum þau sé í lagi, annars leiti þau annað.

Ef þessar lýsingar fjórmenninganna eru bornar saman, má sjá ýmislegt sammerkt með þeim. Þau tengja sterkt við staðinn, vísa í vina- og fjölskyldutengsl, hefðir og ábyrgð gagnvart samféluginu og jafnvel samkeppnisaðilum. Þau hafa heldur ekkert sérstaklega rómantískar hugmyndir um staðinn – frekar jarðbundnar og á hagsýnum nótum. Þeim er engu að síður í mun að miðla sögu hans til gesta sinna, og það gera þau meðal annars með mat og matarmenningu sem þau tengja við staðinn.

Við fyrstu sýn virðist þetta smellpassa við kenningar Tuans um staðinn sem efnislegan, þekktan, afmarkaðan og fyrirséðan. Ef betur er að gáð fer þó staðurinn fljótlega á hreyfingu. Keli lýsir til að mynda hvað hann er stoltur af því sem staðurinn hans, Snæfellsnesið, gefur af sér. En inn í þá umræðu blandast stolt yfir því að vera Íslendingur og hluti af fjölskyldunni í Langaholti sem býr meðal annars til sitt eigið soð í stað þess að gera

sósur og súpur úr pakka. Það sem þetta leiðir í ljós er að Keli tilheyrir mismunandi hópum sem byggja upp samfélagið á staðnum. Mismunandi tengslanet hans umbreytir staðnum því úr fasta í ferli með því að teygja sig í ýmsar áttir. Maturinn undirstrikkar og sambættar í mynd þessara hópa og bindur hana við staðinn. Á svipuðum nótum setja lýsingar Guðnýjar staðinn



Mynd 9. Gamlir og nýjir tímar mætast á Öngulsstöðum. Myndir: Laufey Haraldsdóttir.

á hreyfingu, þar sem minningar hennar af fólkí úr bernsku og uppskriftum sem teygja sig yfir kynslóðir umbreyta staðnum. Þar eru lesendur allt í einu komnir aftur í tímann, en Guðný skýtur okkur svo aftur inn í nútímann (um leið og hún færir sig til í sveitinni) með því að lýsa hvernig hún leitar til nágranna sinna á Silvu ef gestir þeirra reynast grænmetisætur. Þannig er staðurinn í lýsingum Guðnýjar á hreyfingu bæði í tíma og rúmi.

Á Öngulsstöðum er rekin nútíma ferðajónusta, þar sem lögð er áhersla á „sunnudagslambið“ sem hefðbundinn íslenskan rétt. Guðný er þó ekkert smeyk við að bjóða upp á nýstárlega og framandi rétti í bland, líkt og pestó eða fíflahunang (sjá mynd 9). Hvorutveggja er heimatilbúið. Í gamla bænum (sjá mynd 9), sem er gamalt íbúðarhús á staðnum, bjóða þau auk þess upp á grautarlummur, hákarl og fleira sem tilheyrir þar. Á svipuðum nótum er Ólöf í Vogum sem tengir bæði við sögu og samtíð Mývatnssveitar þegar hún býður upp á hverabrauð og silung í Vogafjósi. Þar er reyndar um að ræða staðbundinn mat sem á sér rætur bæði í sögu og staðbundinni þekkingu Mývetninga og sem samkvæmt Bérard og Marchenay (2007) eru því hreyfanleg bæði í tíma og rúmi.

Sveitin

Náttúruleg hráefni og sveitarómantík með fjarlægum ómi af pönki og prjáli eru leiðarstef [...] Innblástur er sóttur í ræturnar, hina einstöku íslensku arfleifð þar sem menn og dýr hafa lifað í sambýli við harðger náttúruöfl öldum saman

(Farmers market, án árs).

Tilvitnunin hér að ofan er tekin af vefsíðu íslenska hönnunarfyrirtækisins *Farmers market* sem selur vinsælar tískuvörur um þessar mundir. Í tilvitnuninni er vísað í sveitarómantík, fortíð, rætur, náttúru og arfleifð. Myndir á vefsíðunni eru í samræmi við textann og sýna fallegt fólk sem yfirleitt er mjög alvarlegt, klæðist hátísku fötum í jarðarlítum, situr á heystakki eða í húsum með hlöðnum veggjum og með rósótta bolla og gamla kaffibrúsa fyrir framan sig – stundum stendur það reyndar úti á malarvegi með gamla ferðatösku eða heldur í hross, sem eru einu dýrin á myndunum. Í bland við þessar myndir er svo brugðið upp gömlum svarthvítum myndum af náttúru og menningu fyrri tíma á Íslandi. Bæði textinn og myndirnar bera ýmis tákn sem eiga væntanlega að gefa til kynna fyrir hvað fatnaðurinn stendur.

Hjá *Farmers market* undirstrika tilvísanir í fortíðina nútímann í hönnuninni þar sem sveitin er falleg og fjarlæg útópía sem á sér engan stað í raunveruleikanum nema í verslunum sem selja vörurnar frá *Farmers market*. Þarna er hverdagslegum hlutum eins og fatnaði ljáð merking sem liggar í raun utan við hlutinn sjálfan. Með því á ég við að fötin vísa í fortíð, sveit, náttúru og afleifð – en hafa ekkert með neitt af þessu að gera. Þetta eru föt sem eru nútíma hátísku þéttbýlisbúana. Franski heimspekingurinn Roland Barthes orðar þetta fyrirbæri í grein frá 1979; „núorðið vita allir að varan sem er keypt – það er að segja upplifun neytandans af vörunni – hefur ekkert með hina raunverulegu vöru að gera; umtalsverð framleiðsla falskrar skynjunar og gilda, koma á milli þess fyrra og seinna“²⁹ (Barthes, 1979/2008, bls. 29). Í tákñfræði stendur tákn fyrir eitthvað annað en sig sjálft. Þannig ber peysa frá *Farmers market* aðra merkingu en bara það að vera peysa. Hún víesar ef til vill í rómantísku sveit eða ber með sér kynferðislega tóna. Orð (peysa) hafa merkingu, en merkingin bendir á eitthvað annað en táknið sjálft (t.d. rómantísku sveit). Barthes rannsakaði einnig tákñmyndir matar og segir þær vera kerfi samskipta, ímynda og hegðunarreglna Jarðaber merkir ekki bara jarðaber, heldur getur það innihaldið merkingu sem stendur utan

²⁹ Þýddur texti (frumtexti á frönsku): „by now everyone knows that the product as bought – that is, experienced – by the consumer is by no means the real product; between the former and the latter there is a considerable production of false perception and values“.

þess sjálfss, eins og losta eða ímynd ferskleika. Þannig búa hlutir og orð jafnt yfir andlegu sem efnislegu innihaldi.

Sá tákheimur sem birtist með svo skýrum hætti á heimasíðu *Farmers market*, á því ekki síður við um mat. Sem dæmi um breytilega merkingu táknsins má nefna hákarl og súra punga sem eitt sinn voru hverdagsmatur hjá þorra þjóðarinnar, en kallast nú þjóðlegur matur. Flestir íslendingar eru sennilega hættir að snæða hákarl og punga nema helst á þorranum þegar maturinn sem tilheyrir þeim viðburði verður þjóðartákn. Það tákni vísar í sameiginlega hefð og fortíð. Að heil þjóð skuli auk þess leggja áherslu á mat úr fortíðinni einu sinni á ári með þessum hætti, undirstrikar að það hefur átt sér stað þróun. Það er að segja táknið vísar til þess. Það leggur áherslu á að þjóðin hefur nútímaþærst og við borðum annað þess á milli. Þarna liggur merking matarins í andstæðuvenslum nútíðar og fortíðar (Barthes, 1979/2008; Köstlin, 1997).

Barthes fullyrðir að matur tákni aðstæður (bls. 29); þegar nútímamanneskja kaupir mat, borðar hann eða matreiðir, er hún ekki bara að handfjatla hlut. Í matnum búa upplýsingar og tákni – heilt táknerfi – og eitt af þeim gildum sem Barthes segir matinn geta borið er nostalgían eða þráin eftir sveitinni, eða „hinu gamla dreifbýlissamfélagi“ líkt og Barthes orðar það. Þegar þetta tákni kemst til skila í gegnum matinn, „ber hann keiminn af jörðu inn í okkar nútímalíf“ (bls. 32). Heimareykt hangikjöt og silungur, sperðlar og saltað hrossakjöt eru matur sem hugsanlega vekur upp nostalgísa þrá eftir sveitinni hjá fólk. Máski heimabókuð hjónabandssæla, peruterta eða rjómapönnukökur einnig. Matur getur borið með sér heilan heim merkingar sem líkt og fatnaðurinn í *Farmers market* liggur utan hans sjálfss.

Þetta segir slóvenski heimspekingurinn Slavoj Zizek vera táknerfið sem talar, táknerfi sem samfélagið hefur búið til. Með öðrum orðum við erum alltaf stödd í orðræðu sem er til fyrir og hefur verið sköpuð fyrir okkur. Þegar við tölum (eða berum fram mat eða seljum peysur), þá tökum við okkur stöðu innan þessarar orðræðu og sú staða var líka mótuð fyrir okkur. Þegar við tjáum okkur, þá talar táknerfið með öðrum orðum. Zizek fléttar saman stéttargreiningu Marx, sálgreiningar Freud (Zizek, 2007, bls. 243-345, 293-295, 368) og kenningar Saussure um tungumál og tákni er hann færir fyrir því rök að í nútímasamfélagi verði táknerfið ekki með góðu móti skilið frá hagkerfinu. Ein helsta framleiðsluvara kapítalismans séu nefnilega tákni og kapítalisminn framleiðir stöðu fyrir okkur innan þessa táknerfis, sem leiði til þess að við fáum falskar langanir og þrár. Zizek (2007) talar í þessu

sambandi um óra sem skilgetna afurð kapítalismans sem stjórni upplifun fólks af heiminum og af sjálfu sér. Þetta er sem sagt ekki raunveruleg þörf, heldur ímyndun sem fólk upplifir sem raunveruleika. Zizek segir óraplágú allt um kring á okkar dögum. Órarnir móti okkur sem neytendur og birtast m.a. í auglýsingum, tísku, tónlist og kvíkmyndum. Þeir smjúgi inn í vitund okkar, móti sjálfsvitund okkar og leggi okkur til langanir og þrár (2007, bls. 246-249). Samkvæmt Zizek er þá tíðarandinn afsprengi óraplágunnar sem gefur engin grið og mótar með okkur löngun í vörur frá *Farmers market*, sveitarómantík, náttúruupplifun eða staðbundinn mat – allt eftir því hvað þjónar hinu kapítalísku kerfi hverju sinni.

Í viðtolunum lýsa margir viðmælenda minna hvernig þau skynja eftirspurnina eftir hinu staðbundna hjá gestum sínum, m.a. í mat. Líkt og fram hefur komið tengist hið staðbundna í því samhengi yfirleitt menningu staðanna og hráefnum til matargerðar. Í orðunum mátti einnig greina ýmiskonar gildi sem tengdu saman þetta tvennt og hugtök eins og hefð, náttúru, einfaldleika, hreinleika, hollustu o.s.frv. Að sýna framá uppruna hráefna og menningar er lykilatriði hjá flestum viðmælenda minna og uppruni var gjarnan tengdur nálægð við náttúru og rólegheitum í sveitinni – í friði frá skarkala borganna.

Sú þróun sem hefur orðið í dreifbýli á Íslandi sem annars staðar í hinum vestræna heimi þar sem hefðbundinn búskapur hefur dregist saman og ferðaþjónusta byggst upp (sjá m.a. Blekesaune, Brandth og Haugen, 2010; Hall o. fl., 2003; Magnfríður Júlíusdóttir o.fl. 2009, bls. 24-27), hefur leitt til breyttrar sjálfsmýndar dreifbýlisbúa að mati félagsfræðingsins Jacinthe Bessiére, sem rannsakað hefur mat og ferðaþjónustu í Frakklandi (Bessiére, 1998, bls. 21). Hún segir þessa breyttu sjálfsmýnd endurspeglar utanaðkomandi áhuga á dreifbýli og staðháttum. Þannig eiga borgarbúar, ferðamennirnir, þátt í því að endurskapa sjálfsmýnd íbúanna og þá tilfinningu sem þeir hafa fyrir landslagi og menningu í heimabyggð. Bessiére telur að matur sé þarna mikilvægur „gerandi“ (e. actor) þar sem ferðamenn innbyrði ekki einungis næringarefni þegar þeir matast, heldur neyti þeir einnig „tákna, drauma og ímynda“ um dreifbýlið og gildi þess (1998, bls. 23). Bessiére er í raun að lýsa þarna órunum hans Zizek, þar sem táknerfi matarins og staðarins „talar“. Ef marka má Zizek leiða þessir kapítalísku órar ferðalanga út í dreifbýlið í leit að uppruna og einfaldleika. Og samkvæmt Bessiére óraplágan þátt í að m.a. ferðaþjónustufólk í dreifbýli upplifir sig sem handhafa þess uppruna.

Í nýlegu viðtali í tímaritinu *Vikunni* segir Pálína: „það er gömul hugmynd mín að vera með rómantískt afdrep, lítið sveitahótel á heimshjara“ (Helga Dís Björgulfsdóttir, 2014, bls.

35) (sjá mynd 10). Á myndum sem fylgja viðtalinn birtist Pálína í blómamunstruðum kjól og með blómakórónu á höfði. Sítt hárið, sem er svolítið vindbarið, bylgjast í golunni með dimmbláan Skagafjörðinn í baksýn. Í viðtalinn greinir hún frá því að hún hafi valið húsgögn frá þeim tíma „þegar foreldrar mírir voru ungar og að kynnast, sem var á sjötta og sjöunda áratugnum, tímabilið þegar þau voru að hittast, kyssast [...].“ Bæði myndir og texti viðtalsins bera keim af rómantík, fjarlægð (uppruna), hefð og nostalgíu. Í viðtalinn segist Pálína hafa lært margt um matargerð af móður sinni og það undirstrikar hún einnig í viðtalinn við mig:

Mamma var nottulega mjög ötul við að gefa fólkí að borða, eins og þekkist á íslenskum bón dabæjum, og elda bara það besta sem til var í búrinu og það var þá yfirleitt eitthvað sem er árstíðabundið og eitthvað sem var verið að draga að landi eða hérna fá af næstu býlum
 (rannsóknarnótur 1, bls. 1).



Mynd 10. Rómatískt afdrep í Lónkoti. Myndir: Laufey Haraldsdóttir.

Í því sambandi nefnir hún sérstaklega heimatilbúið skyr sem kona á næsta bæ hafi búið til en Pálína hélt uppi þeim hætti móður sinnar að nýta fugl og egg úr skagfirsku eyjunum og nýta

staðbundinn mat og hafa hann sem mest í sínu náttúrulega (einfalda) formi. Í ummælum Pálínu má greina þá hugsun að hefðin og uppruninn liggi í sveitinni og það eru þau gildi sem hún vill halda til haga. Í viðtalinu við mig segir Pálína þetta um ferðaþjónustu sína:

Ja sko þetta heitir Lónkot sveitasetur og á ensku Bucolic resort. Bucolic er svona sveitasæla. Þetta er latína sko, þetta er mjög fornt, fornýrði sem sagt yfir svona sveitasælu og svona friðsælt og þannig. Það gefur nú strax til kynna hvað er hér um að vera, eða svona. Þessi yfirschrift staðarins, hvað við tengjum okkur við

(rannsóknarnótur 1, bls. 15).

Sú ímynd sem dregin er upp af sveitinni í Lónkoti, í orðum Pálínu og hennar eigin fasi er ekki langt frá þeiri sveitarómantík sem myndirnar á vefsíðu *Farmers market* gefa til kynna. Sú ímynd er falleg og rómantísk, tengd fortíð þar sem fólk lifði einfaldara lífi í sveitinni, í sátt við náttúruna í kringum sig og sjálfum sér nógt. Sá raunveruleiki var þó tæplega nokkurn tímann til, en ímynd hans vekur þó langanir og þrár eftir goðsögninni (Barthes, 1979/2008, bls. 32) um sveitarrómantík. Hugmyndir sem þessar, sem eiga upptök sín í rómantísku stefnu 19. aldar Evrópu (Frykman og Löfgren, 1979/2005, bls. 51-60), virðast lifa góðu lífi í samtímanum. Ef marka má kenningar Zizek um órapláguna eru þarna kapítalísk öfl að verki. Þau öfl skapa tákn sveitar hins horfna tíma í nútímavöru ferðaþjónustunnar og staðsetja neytendur innan þess táknkerfis með þeim hætti að þeir upplifa þrá eftir eilífri sveitasælu og einföldu lífi – langt frá skarkala borganna. Pálína býr ekki á staðnum nema nokkra mánuði á ári og ekki er ólíklegt að það gefi henni frelsi til þess að skapa sitt eigið „rómantísk afdrep“ óháð þeim raunveruleika og skuldbindingum daglegs lífs sem í sveitinni búa. Þá má telja sennilegt að hún, líkt og ferðamennirnir, beri með sér alþjóðlega strauma úr ferðum sínum „heim í“ Lónkot.

Breski menningarfræðingurinn Raymond Williams, sem skoðaði ímynd dreifbýlis samanborið við ímynd þéttbýlis á Englandi, segir fyrri tíma hugmyndir um, og ímyndir af borg og sveit vera lífseigar.³⁰ Í raun sé einungis um að ræða mismunandi búsetuform, en gamlar goðsagnir um sveit og borg lifi góðu lífi í nútímanum. Þar beri mest á því að þessu tvennu er stillt upp sem andstæðum. Tákn sveitarinnar er fortíð, náttúra, uppruni og einfaldleiki, meðan nútími, menningin, hraði og spilling tilheyri borginni. Hann segir okkur einkum sækja í að einfalda staðalímyndir – jafnvel allt niður í einhverskonar frumgerðir eða erkitýpur, þegar við stöndum frammi fyrir miklum breytingum (1973, bls. 289-290). Skemmt er að minnast í

³⁰ Sem Williams rekur reyndar til skáldsagna og ljóða allt aftur til 16. aldar (þ.e. langt aftur fyrir rómantísku stefnuna) og jafnvel lengra aftur (Williams, 1973, bls. 11).

þessu samhengi bylgju sláturgerðar og pjónaskapar eftir efnahagshrunið 2008, þar sem varð nokkurskonar afturhvarf til upprunans og fólk tók til við að leita eftir hinum gömlu og góðu gildum. Þeirri bylgju mætti líkja við fyrnefnda þrá fólks eftir meintum einfaldleika sveitarinnar – sem varð dálítið ýkt á þessum ögurtínum. Williams sem var sjálfur úr dreifbýli gagnrýndi rómantísku framsetningu sveitarinnar í bókinni *The Country and the City*, sem hann sagði birtast bæði innan fræðasamfélagsins, sem og í skáldsögum og ljóðum. Með þessari einföldun hafi tilgangurinn verið að breiða yfir átök og pólitískar deilur í dreifbýli fyrri tíma, en afleiðingin orðið sú að smætta dreifbýlið niður í óraunverulega glansmynd, og líta framhjá því flókna samfélagi og margbreytileika sem þar býr.

Lýsingar Kela í Langholti á sveitinni eru nokkuð ólíkar lýsingum Pálínu. Líkt og fram hefur komið er Keli afar stoltur af snæfellskum mat og um sveitina hefur hann þetta að segja:

ég er alveg jafn mikill sveitavargur og allir hinir og, og geri út á það að vera þessi sveitavargur, það er bara partur af ímyndinni og andrúmsloftinu hérna. Og partur af eldamennskunni og öllu saman
(rannsóknarnótur 3, bls. 11).

Hér er Keli að lýsa því hvernig ímyndin af sveitinni er mikilvægur hluti af þeirri vöru sem hann er að selja. Hann sjálfur er hluti af þeirri vöru og honum er í mun að koma því til skila til gesta sinna. En hvað er sveitamennska?

Við höfum tekið sveitamennskuna bara á þetta [L: hvað þýðir sveitamennska? Hvað liggar að baki?]. Sveitamennska er, þetta er ákveðinn þankagangur og þetta er fyrst og fremst það að [þögn]. Í stórum dráttum þá erum við sveitavargarnir sko, við tökum þann stað, okkar sveit, herað, hrepp eða fjörð, hvað svo sem það er og við lærum á það. Og þetta er einskonar þrjoska og þrautseigja í bland við úrræðasemi til þess að komast af. Við sveitamennirnir erum ekki svo glatt lagðir á heimavelli, en við þrifumst ekki annars staðar

(rannsóknarnótur 3, bls. 39 og 41).

Í frásögum Kela af þeim fjölbreyttu verkefnum sem fylgja því að vera ferðaþjónustubóni á tiltölulega litlum stað úti í sveit, birtist hverdagsleg ímynd af sveitinni og daglegum störfum þar. Þar þarf að kunna á ýmislegt, allt frá mannauðsstjórn til matreiðslu og pípulagninga. Ég skýt inn á milli orða hans spurningu um hvort hann þurfi að vera „svona alltmúligmann“ og Keli svarar að bragði „já, það þurfum við sveitamennirnir að vera annars hristir sveitin okkur af sér“ (rannsóknarnótur 3, bls. 42).

Sú sveitaímynd sem Keli dregur upp í viðtalini við mig er jarðbundin mynd af lífi þar sem fólk verður að bjarga sér því annars „hristir sveitin það af sér“. Þessi mynd rímar við þá sem Williams lýsir sem hinu raunverulega sveitalífi í bókinni *The Country and the City*. Keli

lifir og hrærist í sveitasamfélagini allt árið og staðurinn – sveitin – er sterkt tengd hans eigin sjálfsmýnd. Þetta hefur áhrif á það hvernig hann kynnir staðinn og sveitina fyrir gestum sínum. En hann verður einnig fyrir áhrifum frá gestum sínum og eins og hann segir sjálfur frá þá fór fjölskyldan fyrst að undirstrika áherslur sínar á að nýta matvæli af svæðinu þegar þau uppgötvuðu að ferðamennir höfðu áhuga á því.

Hina rómantísku sýn sveitarinnar sem lýst er hér að ofan tel ég mig hafa greint í flestum viðtalanna og greinilegt að það gamla stef er langt frá því liðið undir lok. Ef eitthvað er hefur hún gengið í endurnýjun lífdaga með aukinni áherslu á hið staðbundna í tengslum við ferðapjónustu á heimsvísu. Þó rómantíkin í þessu samhengi væri aldrei langt undan í viðtolunum var þó blæbrigðamunur á og til dæmis höfðu ekki allir sömu sýn á það hvað „einfaldleiki“ sveitarinnar stendur fyrir. Sem fyrr segir var hann oft tengdur við svolitið óskilgreindan uppruna og nostalgíu, en í öðrum tilfellum virtist einfaldleikinn af öðrum toga.

Dísa í Skjaldarvík lýsir því til dæmis hvernig þau undirstrika „sveitamennskuna“ á veitingastaðnum:

Þetta er svona öðruvísi heldur en á venjulegum veitingastað. Af því að við gerum líka út á það að við erum ekki með menntaða kokka, við erum ekki með menntaða þjóna, við erum bara úti í sveit og viljum vera bara út í sveit. [...] Við hérna, leyfum þér ekkert að smakka rauðvíníð þitt, þú bara, ef þú, ef þér finnst það ekki gott þá auðvitað segir þú okkur og færð bara nýja flösku og það er ekkert mál. Við erum ekki með neina tilgerð í neinu – það er svona, kannski já. Það er svona út í gegnum þetta allt hérna

(rannsóknarnótur 6, bls. 3).

Stefán nefnir einnig að þau bjóði ekki gestum að smakka vínin og það sé hluti af því að aðgreina staðinn frá fínni hótelum, „það er náttúrulega bara í lagi rauðvíníð, eða ekki“ (rannsóknarnótur 8, bls. 37). Karl tekur í sama streng og Dísa þar sem hann segir verklag menntaðra matreiðslumanna ekki hafa fallið að þeirra hugmyndafræði um matsölustað úti í sveit og segir þá vera:

of prófessíonal fyrir svona dæmi eins og við sjáum [það] fyrir okkur. Lykilatriði hjá okkur varðandi eldamennskuna er að hafa matseðilinn ekki það flókinn að það geti í rauninni ekki hver sem er hoppað inn og eldað sko. Og þess vegna er kannski matseðillinn okkar, hann byggist bara upp á svona gamaldags mat og hefðbundnum að mörgu leyti. Íslenskum mat sko

(rannsóknarnótur 9, bls. 3).

Fleiri viðmælendur deila þessari sýn Dísu og Karls um að menntaðir matreiðslumenn passi ekki inn í þá ímynd sem sveitasaelunni er ætlað að framkalla í hugum gesta, en það voru þó alls ekki allir og sumir töldu að menntaðir matreiðslumenn ættu að vera á hverjum

veitingastað, í borg og á bæ. Fjórir af viðmælendum mínr eru enda menntaðir matreiðslumenn. Hugmyndin um einfaldleika sveitarinnar – sem holdgervist í því að matreiðslumaðurinn er ófaglærður, rétt eins og inni á heimilunum – gefur til kynna ákveðinn stöðugleika í flókinni tilveru nútímans.

Gæði er eithvað sem tengist ofangreindu og í viðtölunum kom í ljós mismunandi skilningur á því. Allir viðmælendur mínr deildu þeirri skoðun að gæði hráefnanna, þ.e. ferskleiki þeirra og rétt meðhöndlun, væri afar mikilvæg. Þessa eiginleika tengdu flestir við staðbundin matvæli. Meðan sumir notuðu orðið „fagmennsku“ í tengslum við gæði – sem þeir síðan tengdu menntun matreiðslumanna – voru aðrir sem tengdu gæði við það að gestir þeirra upplifuðu „raunverulegan anda“ sveitarinnar. Tilvísanirnar í Dísu, Stefán og Karl, hér að ofan eru til dæmis um það viðhorf. Þar kemur fram að einfaldleiki og tilgerðarleysi sveitarinnar er andstaða flókinna siða fínu veitinghúsanna í þéttbýlinu. Hér verður ekki lagt mat á þau gæði sem til staðar eru í fyrirtækjum viðmælenda minna, heldur er ætlunin að sýna fram á mismunandi hugmyndir um sveitina – sem þó hafa ýmislegt sammerkt.

Í lok þessarar greiningar á sveitinni, afurðum hennar og menningu, langar mig að draga fram eitt atriði sem var áberandi í viðtölunum og snertir það sem rætt er hér að framan. Það er spurningin um hvað sé ekta (e. authentic) upplifun af sveit. Í rannsóknnum landfræðingsins Svein Frisvoll á hvað það er sem býr til raunverulega upplifun af sveit í Noregi kom í ljós að ýmiskonar hlutir úr fortíðinni, frásagnir um hefðir og hefðbundinn og/eða staðbundinn matur skipta máli. Einnig kom í ljós að það að geta sýnt raunverulega starfsemi í búskap, ekki bara uppstillingu, skipti máli fyrir ákveðinn hóp gesta og átti það ekki síst við um fjölskyldur með börn (Frisvoll, 2013, bls. 286-287). Eins og fram hefur komið stunda ekki margir af mínum viðmælendum hefðbundinn búskap við hliðina á ferðaþjónustunni – og þó hann sé til staðar er honum ekki alltaf stillt upp til sýnis fyrir ferðamenn. Vogafjós og Hraunnef eru þó dæmi um hvernig dýrahaldið er beinlínis nýtt inn í ferðaþjónustuvöruna, þar sem ferðamenn geta fylgst með mjöltum og/eða umhirðu dýranna. Á öðrum stöðum nefna viðmælendur mínr mikilvægi þess að ferðamenn sjái kýr, kindur og hross á beit í nágrenninu, það auki m.a. upplifun í tengslum við máltíð að sjá dýrin „frjáls“ úti á túni að bíta gras.

Erla í Geirlandi (sjá mynd 11) lýsir áhuga ferðamanna á upprunatengingu matvæla, og sú tenging snýst meðal annars um að vita hvaðan hráefnið kemur.

Og sko upplifunin hjá gestunum. Þeir sitja hérna í veitingahúsinu, horfa á kindurnar um vorið hérna úti á túni og þegar þeir uppgötva að þetta er bara, [að] þarna vex upp maturinn sem næstu túristar fá, það finnst þeim auðvitað bara algerlega ótrúlegt

(rannsóknarnótur 15, bls. 3).

Hún segir gestum sínum frá þeirri hefð að reka féð á fjall þegar lömbin eru enn mjög ung, þar lifi þau á fjallagróðri úti í náttúrunni og komi ekki aftur í byggð fyrr en rétt áður en þau eru send til slátrunar. Sú frásögn veki alltaf athygli og undrun gesta að sögn Erlu. Aðrir viðmælendur taka undir með henni og segja það skipta máli að landslag og umhverfið spili með í upplifun gesta af máltíð (sjá m.a. rannsóknarnótur 3, 4, 5, 7, 9, 10 og 11). Það passar til dæmis ekki að bera hvítan fisk á borð inni í miðju landbúnaðarhéraði þar sem ekki sést til sjávar eða svínasteik þar sem einungis sést fé á beit í lyngmóum.

Dýr geta einnig vakið upp tilfinningu um framandleika í hugum borgarbúa. Í lýsingum Erlu af upplifun erlendra ferðamanna þar á bæ má greina hvernig dreifbýlið og dýrin eru framandi í augum erlendra þéttbýlisbúa – og ekki síst barna (sbr. Frisvoll, 2013):

Og ég gef krökkum stundum hérna brauðbita svo þau geti farið og fengið að gefa þeim. Það er – börnunum leiðist það ekki. Sömuleiðis mikið af Asíubúum, þau eru mjög hrifin af að hafa dýrin svona heima og fá að sjá þau. Já. Ég hef oft fengið hérna fólk sem hefur sagt mér það að það hafi aldrei séð dýr nema inni í bara búrum í dýragörðum. Aldrei séð lifandi dýr úti í náttúrunni. Það eru náttúrulega Ameríkanarnir, mikið úr þessum stórborgum. Þetta er dálitið öðruvísi [fyrir þeim].

(rannsóknarnótur 15, bls. 4-5)



Mynd 11. Landbúnaðar- og ferðapjónustulandslag á Geirland á Síðu.
Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

ímynd að maturinn sé upprunalegur og ekta.

Niðurstöður úr viðtolunum gefa til kynna að erlendir ferðamenn kunni að meta það að komast í nálægð við dýr í sveitinni og sömuleiðis að maturinn sem þau neyta skuli „vaxa“ nánast fyrir utan gluggann. Að sjá dýrin „frjáls“ úti í náttúrunni – jafnvel þó það sé á ræktuðu túni – skapar hugrenningatengsl við villta náttúru og þar með þá

Bessiére (1998, bls. 22-23) heldur því fram að matur leiki lykilhlutverk í hinu dreifbýla rými þar sem náttúra og menning renna saman í eitt. Ef þetta er yfirfært yfir á viðmælendur mína er það sveitamenningin og náttúran, og í viðtölunum kemur fram að mörkin þarna á milli eru oft á tíðum óskýr. Sumir eru meira í „sveitamennskunni“ meðan aðrir tengja sig frekar við náttúruna. Í þeim tilvikum þar sem náttúran og sveitin sameinast má segja að orð viðmælenda minna endurómi kenningar Barthes um táknerfið og Zizek um órapláguna, sem útskýrðar eru hér að framan. Þar ber sveitin tákni sem vísa í villta náttúru. Raunin er þó sú að sveit og landbúnaður hefur ekkert með villta náttúru að gera – þó það geti verið stutt í hana í sveitinni. Sveitin sem framleiðslustaður matvæla er nútímalegt vélvætt og manngert umhverfi. Þar sem viðmælendur mírir leggja meiri áherslu á sveitamennskuna í sveitinni, eru þeir meira í takt við kenningar Williams um það hvaða raunveruleiki býr í sveitinni. Hvað af þessu ferðamennirnir vilja er svo önnur saga.

Hnattræn staðbinding

Fæstir viðmælenda minna myndu sennilega vilja tengja sig við hnattræna matarmenningu og út úr viðtölunum má lesa að þau telji sig frekar vera í andstöðu við það fyrirbæri með því að leggja áherslu á hið staðbundna og sérstaka. Að setja „merkimiða“ á ferðaþjónustuvöru með því að staðbinda hana er þó eitthvað sem þekkt er víða um heim (Wilson og Whitehead, 2012, bls. 199). Það á ekki síst við í seinni tíð um mat og matarmenningu (Hall o.fl., 2003; Hjalager og Richards, 2002; Long, 2004). Ýmsar rannsóknir hafa undirstrikað hvernig áherslan á staðbundin matvæli, þar sem kveðið er ríkt á um uppruna í dreifbýli, er andsvar við neysluhyggju og iðnaðarframleiðslu matvæla, auk þess sem framleiðsla þeirra er af ýmsum talin umhverfisvænni og styðja félagslega og efnahagslega við dreifbýl svæði (Morris og Buller, 2003, bls. 560; Wilson og Whitehead, 2012, bls. 200). Þetta er að hluta til í takt við orðræðu viðmælenda minna, líkt og fram hefur komið. Þau greina eftirspurn hjá ferðamönnum eftir staðbundnum og „náttúrulegum“ mat – og hafa auk þess áttað sig á því að dreifbýl eyja norður í hafi, sem þekkt er fyrir náttúrufegurð, passar ágætlega inn í þessa hugmyndafræði. Þau hafa þó einnig sínar persónulegu hugsjónir sem þau tengja við áherslur á staðbundinn mat, líkt og hugmyndir um sjálfbæra neyslu og umhverfisvernd, hollustu og gæði, og mikilvægi þess að kynna eigin menningu fyrir erlendum gestum.

Roland Robertson hefur rannsakað hvernig hið staðbundna er skilgreint í hnattrænu samhengi og heldur því fram að skilgreiningar á því sem sé fólgjíð í staðbundinni menningu

byggi á sameiginlegum hnattrænum skilningi. Hann lagði fram kenningu um „glocalisation“, sem þýða mætti sem „hnattræna staðvæðingu“, til þess að lýsa kjarnanum í því hvernig staðbundin menning birtist í einsleitni hnattvæðingarinnar (Robertson, 1995, bls.25-26, 32-37). Þannig sé það viðurkennt alþjóðlega að menningarleg sérstaða sé mikilvæg og á þeim sameiginlega skilningi byggja m.a. flest þjóðríki og þjóðernishreyfingar. Annað dæmi er hin rómantíská sýn á dreifbýlið og (tilbúin) andstæðuvensl sveita og borga, sem lýst er í kaflanum hér á undan.

Áherslan á hið staðbundna og sérstaka í matarmenningu er samkvæmt kennungum Robertson ekki síður fylgifiskur hnattrænna afla en skyndibitamenningin. Ferðamálafræðingarnir Hall og Mitchell (2002) taka undir með honum, en frá aðeins öðru sjónarhorni. Þeir telja að þrátt fyrir hraða heimsvæðingu á matvælamarkaði síðustu aldar, og ekki síst síðustu áratuga, hafi svæðisbundin sérkenni matarmenningar haldist og jafnvel styrkst. Skyndibitakeðjur, líkt og MacDonalds, aðlagi sig þannig að staðháttum með notkun á staðbundnu hráefni og hefðum í matargerð, og sívaxandi ferðaþjónusta, sem er eitt skýrasta dæmi hnattvæðingar, ýti undir staðbundin sérkenni með eftirspurn eftir einstakri og framandi upplifun. Staðbundin menning aðlagar sig á móti að hinni hnattrænu eftirspurn (Hall og Mitchell, 2002, bls. 76-85). Þannig má segja að eitt sé háð öðru í þessari meintu andstæðu. Það er að segja að milli þeirra ríki andstæðuvensl sem skilgreina hvort um sig (Kirshenblatt-Gimblett, 1996). Hið staðbundna er skilgreint í hnattrænu samhengi og hið hnattræna er skilgreint út frá staðbundnum forsendum.

Nýlegri rannsóknir á staðbundnum mat hafa reyndar sett spurningarmerki við tenginguna við landfræðilegan stað og hafa sumar komist að þeirri niðurstöðu að þróun byggða á dreifbýlum svæðum geri ferðaþjónustuaðilum ómögulegt að vera heiðarlegir í markaðssetningu á þessu „vörumerki“ (Wilson og Whitehead, 2012, bls. 205). Staðbindingin sé oft á tíðum ekki raunveruleg heldur afstæð því nauðsynlegt sé að leita út fyrir staðinn eftir hráefnum til matargerðar. Þannig byggi vörumerkið „staðbundin matvæli“ í raun á staðbundnum, svæðisbundnum, landsbundnum og jafnvel hnattrænum matvælum (bls. 206). Við þetta má svo bæta að staðbundin matvæli sem vörumerki, þ.e. fyrirbæri sem kallar fram ákveðnar myndir í hugum fólks þegar það heyrir það nefnt, bera merkingu sem liggur utan staðarins og sem oft liggur í ýmsum huglægum gildum sem fólk tengir við þessa vöru (Shuman, 1993, Sundbo, 2013, bls. 68). Ég mun koma nánar að því hvað í því felst síðar í kaflanum.

Á Hótel Laka í Landbroti hefur Eva og hennar fólk hug á því að leggja áherslu á staðbundin matvæli. Í skilgreiningu hennar eru það matvæli af öllu Suðurlandi, og jafnvel íslensk matvæli yfirhöfuð sem hún segir vera gæðavörur „á heimsmælikvarða“. Hún lýsir íslenskri matarmenningu þannig:

Sko matarmenningin íslenska hún er svo ný að hún er ekkert orðin neitt fastmótuð, sem þýðir það að við höfum forskot. Mér finnst við vera að taka menningu annarra landa, gera hana svoltíð okkar, eða sko breyta henni og aðlaga hana og gera hana okkar og gera hana betri. Alveg sama hvað það er, við svona einhvernveginn erum svoltíð... . Við erum ofsalega nýjungagjörn og rosalega óhrædd við að reyna og prófa og hérrna, þannig að mér finnst svona, þetta er voða skemmtilegt umhverfi, það er margt að gerast

(rannsóknarnótur 14, bls. 8).



Mynd 12. Hangikjöt boríð fram með nýstárlegum hætti á Hótel Laka. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

matargerðar hafi verið tekin upp af foreldrum hans þegar þau hófu rekstur ferðaþjónustu í Langaholti árið 1985. Þetta hafi verið meðvituð stefna þeirra, fyrst og fremst af því það var mögulegt og hagkvæmt í þá daga. Þeim hafi hins vegar ekki dottið í hug þá að markaðssetja sig undir þeim formerkjum, engum hafi hugkvæmst að það þætti eitthvað sérstakt, „[...] og þetta var löngu áður en öll svona matur úr héraði, beint frá býli umræða var sko“ (rannsóknarnótur 3, bls. 6). Hann segir þau fyrst hafa farið að undirstrika stefnu sína og

í lýsingu Evu kemur fram að íslensk matarmenning er í sífelldri móton og tekur við áhrifum utan frá. Hún er hluti af alþjóðlegu samhengi þó við „aðlögum hana og gerum hana að okkar“. Að mati Evu er staðbundið teygjanlegt hugtak og staðurinn getur því verið í senn hennar nærsvæði, allt Suðurland eða allt Ísland. Að auki er hún óhrædd við að „flytja inn“ menningu annars staðar frá og semja hana að íslenskum aðstæðum – staðfæra hana (sjá mynd 12). Þannig verður hið hnattræna og hið staðbundna ekki andstæður heldur samverkandi þættir.

Keli bendir á að sú stefna að nýta eins og hægt er hráefni af svæðinu til

79

áherslu á staðbundin matvæli þegar þau áttuðu sig á því að fólk gerði greinamun á þeirra silungi og annarra, af því að þau gátu bent á vatnið þar sem hann var veiddur. Í dag leggja þau því áherslu á að segja gestum frá matnum, hvaðan hann kemur og hvernig hann er meðhöndlaður. Það var sem sagt eftirspurn alþjóðlegra ferðamanna eftir staðbundinni sérstöðu sem hvatti þau til frásögu um matinn. Á þessu má sjá hvernig sú hreyfing sem skapast við umferð ferðamanna um staðinn hefur áhrif á áherslur ferðaþjónustufólks. Staðurinn verður þannig aldrei endanlegur (Cresswell, 2002, bls 20).

Líkt og fram hefur komið á staðurinn hlut í sjálfsmynd viðmælenda minna. Sá hlutur fellur að mörgu leyti vel að kenningum Tuan um staðinn sem efnislegan og afmarkaðan (1977/2014, bls. 3-4). Samkvæmt landfræðingnum Dooreen Massey býður hnattvæðingin upp á að staður sé skilgreindur sem opið og síbreytilegt rými (Massey, 2005, bls. 6, 20). Sú skilgreining Massey á vel við í ferðaþjónustu, sem er ein skýrasta birtingarmynd hnattvæðingar. Í anda Massey er því staðurinn einnig breytilegur fyrir viðmælendum mínum, m.a. í gegnum eigin athafnir og athafnir gesta. Og sé staðurinn breytilegur er sjálfsmyndin einnig háð umbreytingum. Að mati flestra heimildamanna minna er maturinn hluti af því að tengja gestinn við áfangastaðinn og gefa honum „bragð“ af staðnum (Laufey Haraldsdóttir, 2009). Flestir telja að slíkt tenging auki við upplifun gestsins. Út úr viðtolunum greini ég að það gerist bæði bókstaflega með neyslu matarins, en einnig huglægt með því að tengja neyslu hans við tiltekin gildi eins og náttúru, hreinleika og hollustu. Í orðræðunni um staðbundinn mat er gestinum boðið að nálgast staðinn í hugnum og sjá fyrir sér það landslag og þá menningu sem maturinn er sprottinn úr.

Ef litið er til kenninga Tuans (1977/2014) ætti slíkt (ásamt öðrum þáttum á staðnum) að auka þekkingu ferðamannsins á því umhverfi sem hann er staddur í og veita honum öryggiskennd. Hið óþekkta rými verður þá áþreifanlegra og afmarkaðra fyrir viðkomandi. Staðurinn mólast þannig í huga gestsins af þeirri þekkingu sem hann öðlast á staðnum, en einnig af heimsýn hans og fyrri reynslu. Ekki er ólíklegt að að gesturinn komi á staðinn með einhverjar fyrirfram gefnar hnattrænar hugmyndir um hið staðbundna (sbr. Hall og Mitchell, 2002) og óskir um að upplifa sérstöðu staðarins, m.a. í gegnum matinn. Tuan heldur því fram að sú þekking sem ferðamaður öðlast af stað á ferðalagi sé hugmyndafræðileg (1977/2014, bls. 6), byggð á fyrrí reynslu hans (viðhorfum, fordóum, lífssýn, gildum, o.s.frv.) og því sem hann er „mataður“ af úr ferðabæklingum og ferðaþjónustufólki. Þó Tuan hafi nokkuð til síns máls, samræmast þó kenningar hans ekki kenningum Rolanson og Hall og Mitchell um

hnattvæðingu og hreyfanleika nútímans. Þar tala Creswell og Massey hins vegar sama máli. Samkvæmt kenningum þessara fræðimanna getur staðurinn í hinu staðbundna ekki verið óbreytanleg stærð heldur afurð þeirrar spennu sem myndast á milli hnattvæddra afla og staðvæðingar. Skilgreining Evu á íslenskri „staðbundinni“ matarmenningu lýsir ágætlega þessari spennu og hreyfanleika, þar sem hún segir hana dýnamísku og kvika.

Augljósa birtingamynnd þessa sambræðings hnattrænna og staðbundinna strauma er að finna á matseðlum viðmælenda minna þar sem alþjóðleg heiti koma fram í bland við staðbundin. Sem dæmi má nefna Skyramísú sem er íslensk útgáfa af ítalska réttinum Tíramisu, Brodd Crème Brulée, íslenska útgáfu af hinum franska rétti Crème Brulée, Carpaccio búið til úr nautakjöti beint frá býli og Mozzarella ostur úr eigin mjólkurframleiðslu. Það skal þó tekið fram að slík erlend heiti voru í miklum minnihluta á þeim matseðlum sem ég skoðaði á meðan á gagnaöflun stóð og mun algengara var að aðeins íslensk heiti eða jafnvel enn staðbundnari væru notuð, líkt og Glitstaða nautavöðvi, Hefðbundið íslenskt lambalæri eða Heimalagað brauð og fíflahunang. Sé þetta skoðað í samhengi við kenningar um hnattvæðingu (sjá m.a. Hall og Mitchell, 2002, Mak, Lumbers og Eves, 2012 og Robertson, 1995) má segja að alþjóðleg heiti og framandi aðferðir í matreiðslu vísi í hreyfanleika og alþjóðleg samskipti, meðan staðbinding matarins, t.d. með því að geta þess hvaðan hann kemur, hægi á þeirri hreyfingu og gefi til kynna ákveðinn stöðugleika. Þetta leiðir aftur yfir í umræðuna um þau andstæðuvensl sem sköpuð hafa verið um sveit og borg. Crème Brulee og Carpaccio eru alþjóðlegir þekktir réttir og hugsanlega höfðar Carpaccio frekar til erlendra gesta en Glitstaðanautið. Á móti kemur að ef einfaldleikinn býr í sveitinni, þar sem ekki passar að matreiðslu- og framreiðslufólk sé menntað eða vínin smökkuð, þá á Glitstaðanautið sennilega yfirhöndina.

Skyramísú vísar í senn til íslenskrar hefðar í matargerð og í ítalskan rétt, sem fyrir löngu er orðinn alþjóðlegur. Mozzarella er einnig alþjóðlegt tákni íslenskrar matarmenningar en ferðamenn í Vogafjósi geta fylgst með mjöltum um leið og þeir gæða sér á mozzarella osti sem er búinn til úr mjólkinni úr sömu kúm. Þó segja megi að skyrmanning og neysla matar „beint frá býli“ hafi gengið í endurnýjun lífdaga síðustu árin skírskota bæði skyr og bein sala frá framleiðanda til neytenda til liðins tíma, og til sögutengdrar matargerðar og verslunarháttar sem lagst höfðu niður að mestu (Lýður Björnsson, 2005) við innreið nútímans á 19. og 20. öld. Með nútímanum varð ferli vörunnar ógegnsætt og hulið neytendum gegnum iðnvæðingu matvælakerfisins (Sims, 2009). Í heiti réttanna sem hér eru nefndir er

því í senn vísað í fortíð og nútíð, hreyfanleika og stöðugleika. Hinn staðbundni matur er á stöðugri hreyfingu í tíma og rúmi.

Þjóðfræðingurinn Konrad Köstlin telur að vitund fólks um nútímann byggist á hugmyndum þess um liðna tíð. Fólk upplifi hraða og breytingar í sínu lífi með því að bera það saman við einhverja fortíð sem ekki er eins hröð og breytileg, vitund þess um nútímann byggi á þessum greinamun. Hann segir jafnframt að í nútímanum sé flest fortúlkað fyrir okkur og að allur efnisheimurinn gerður merkingarbær (Köstlin, 1997, bls. 263). Þessar kenningar Köstler ríma við hugmyndir Barthes um tákneiminn og óraplágu Zizeks. Ferðaþjónustan tekur þátt í að byggja upp þennan merkingarheim nútímans. Í gegnum kynningarefni, netið og á áfangastaðnum sjálfum dregur hún upp mynd af staðnum fyrir gestina, býr þá undir það sem koma skal í gegnum heimasíður og samfélagsmiðla og segir svo sögur af staðnum meðan á dvölinni stendur, m.a. í gegnum matinn. Myndir og frásagnir byggja upp væntingar verðandi gesta, meðal annars nostalgíu um sveitina og ósnortna náttúru. Samkvæmt Håkan Jönsson hefur nútímatækni ýtt undir mikilvægi staðarins í heimi markaðssetningar og viðskipta, m.a. með því að gera það mögulegt að komast í persónulegt samband við viðskiptavini um heiminn þveran og endilangan (2013, bls. 10). Með því að vísa í senn til íslenskra hefða eða staða og alþjóðlegrar matargerðar erum við líka að sýna að við höfum þróast til nútímasamfélags – erum „á hreyfingu“.

Þjóðfræðin – og þar með ég sem rannsakandi – tek þátt í að fortúlka hluti og málefni nútímans. Til dæmis fyrir viðmælendum mínum og lesendum ritgerðarinnar. Líkt og greint er frá í inngangskafla varð þjóðfræðin til á sínum tíma til þess að gera greinamun á nútíma og hefðum/fortíð. Fagið þráðist á þá leið að þjóðfræðingar urðu einskonar sagnamenn samtímans sem tóku virkan þátt í þeirri fortúlkun sem Köstlin vísar í í greiningum sínum. Það sem er athyglisvert hér er að tilurð og þróun þjóðfræðinnar er hluti af sömu sjálfsrýni þróun (e. reflexivity) samfélagsins og þróun og útbreiðsla staðbundinna matvæla. Þannig er alþjóðleg þróunin í matarháttum í anda Slow Food hreyfingarinnar hluti af sjálfsrýni fólks og breytingum í átt að hollari, umhverfisvænni og sanngjarnari neysluvenjum. Á svipaðan hátt eru mörkin milli mín (þjóðfræðingsins) og heimildamanna minna óskýr. Það hvernig ég orða spurningar mínar til viðmælenda eða legg orð í belg í viðtalinn er ákveðin fortúlkun á veruleikanum sem ég beini að heimildamönnum. Á sama hátt leggja þeir til ákveðið sjónarhorn og í samskiptum okkar verður til ný þekking (sbr. Kvale og Brinkmann um

sameiginlega þekkingarskópun í viðtölum, 2009, bls. 17) sem birtist á síðum þessarar ritgerðar.

Á næstu síðum mun ég skoða nánar hvernig hið hnattræna birtist í hugmyndum viðmælenda minna um staðbundinn matvæli. Þar mun ég leggja áherslu á að skoða þau gildi sem þau tengja við nýtingu matvæla sem upprunin eru sem næst þeim.

Félagsleg skópun staðar

Hér að framan hefur verið fjallað um hvernig líkja má staðbindingu matvæla við hnattræna tískubylgju (Jönsson, 2013) og hvernig tengsl viðmælenda minna við stað og umhverfi hafa áhrif á hvernig þau framreiða og kynna mat. Það er þó fleira en tískubylgjur og efnislegur staður sem skilgreinir hugtakið eða fyrirbærið „staðbundin matvæli“. Ríkjandi orðræða tengir þau m.a. við uppruna, gæði, umhverfisvernd, dýravernd og sanngirni gagnvart framleiðendum og neytendum (Sundbo, 2013, bls. 67, Pratt, 2007, bls. 288-289). Þessi tenging við hlutlæga jafnt sem huglæga þætti gefur matnum aukið virði og segja má að í matnum eigi sér stað nokkurskonar „gildisholdgun“ (e. materialized values) sem neytendur beinlínis innbyrða með neyslu matarins (Jón Þór Pétursson, 2013, bls. 24-26). Þau gildi sem birtast í orðræðunni um staðbundin matvæli má tengja víðfeðmri félagslegri hreyfingu í kringum mat, þar sem tekin er afstaða gagnvart umhverfismálum, samfélagi og félagslegu réttlæti, efnahagsmálum og siðferði (Sundbo, 2013, bls. 66). Slow Food hreyfingin, Ný norræn matargerð og yfirhöfuð sá háttur að leggja áherslu á staðbundinn mat, hvaða nafni sem hann nefnist, er hluti af þessari alþjóðlegu félagslegu hreyfingu. Hér er ætlunin að nefna nokkra af þeim þáttum sem birtust í viðtolunum og túlka má sem hluta af þeim gildum, sem viðmælendur mírir tengja við staðbundin matvæli: það eru hugtökin hollusta, gæði, heimili, hreinleiki, ferkleiki, sjálfbærni, hefð og handverk.

Hollt, gott og heimilislegt

Meðan á viðtolunum stóð varð mér oft hugsað til þess hvað það er í raun margt sameiginlegt með því að framreiða mat fyrir heimilisfólk annars vegar og ferðafólk hins vegar. Nokkuð hefur verið fjallað um tengslin þarna á milli í sambandi við *gestrisni* sem félagslegt fyrirbæri (Lashley og Morrison, 2000, bls. 10-14; Svandís Egilsdóttir, 2014, bls 33-40) og þekkt að rekstraraðilar í ferðaþjónustu höfði til þarfa fólks fyrir öryggi og hlýju heimilisins með því að

leggja áherslu á fjölskyldu og heimilisbrag í fyrirtækjum sínum (Vösu og Kannike, 2012: bls. 20).

Með einni undantekningu eru fyrirtæki heimildamanna minna fjölskyldufyrirtæki, þar sem einstaklingar eða hjón reka fyrirtæki, stundum í samvinnu við foreldra sína, systkyni eða börn. Starfsemin er í flestum tilvikum í nánum tengslum við þeirra eigin heimili, oftast á sama býli. Einkenni slíkra fyrirtækja er að vinnan verður oft á tíðum hluti af lífsstíl fjölskyldunnar þar sem mörkin á milli almannarýmis, vinnu og fjölskyldurýmis verða stundum óskýr (Vösu og Kannike, 2012, 20-21). Þó fyrirtækin séu misjöfn að stærð og gerð eiga þau það sameiginlegt að leitast við að bjóða upp á persónulega þjónustu og sum leggja áherslu á að skapa „heimilislegan“ blæ, þar sem það er lykilatriði að skapa traust og tengsl við gestina.

Þar sem á annað borð er lögð áhersla á fjölskylduúmyndina er yfirleitt einnig lögð áhersla á svokallaðan heimilislegan mat. Í viðtölunum notuðu viðmælendur orðalag eins og „fram lenging á heimilinu“, „heimareykt hangikjöt og silung“, „heimabakað brauð og kökur“, „að ná í gegn því heimilislega“ o.s.frv. (sjá m.a. rannsóknarnótur 1, 5, 6 og 15). Á heimasíðum og í kynningarrefni fyrirtækjanna bregður fyrir myndhverfingu heimilisins og lesa má um „sunnunudagssteikina eins og amma eldaði hana“, „homemade Icelandic food“, „welcome to our home“ og „your place – your home, while you explore the wonders and adventures of Iceland“ (rannsóknarnótur nr. 9, 7 og 3). Draga má þá ályktun að markmiðið sé að skapa andrúmsloft sem minnir á umgjörð heimilis og þar sem maturinn, í víxlverkun með persónulegri þjónustu, verður mikilvægur miðill sem undirstrikar uppruna og nánd. Gestinum er þá ætlað að upplifa tengsl í gegnum persónuleg samskipti við fjölskyldumeðlimi og neyslu matar sem er bundinn stað, m.a. með forskeytinu heima- eða lýsingarorðinu heimilislegt. Það má hugsa sér ímyndað ferðalag til fortíðar þar sem fjölskyldan eyddi tíma saman við matreiðslu og samveru við matarborðið. „Heimilið“ verður þá í aðra röndina áfangastaður gestsins og „skjól“ á ferðalagi um ókunnar slóðir.

Eistnesku þjóðfræðingarnir Ester Vösu og Anu Kannike (2012), rannsökuðu lítil lífsstílsfyrirtæki (e. home-based lifestyle business) í Eistlandi út frá kenningum Goffmans (1959/1990) um samfélagið sem leiksvið. Um var að ræða fjölskyldurekin ferðaþjónustufyrirtæki sem eigendurnir ráku í tengslum við heimili sín þar sem þeir matreiddu sjálfir, en höfðu enga menntun í matreiðslu. Það var því ýmislegt sameiginlegt með eistnesku fyrirtækjunum og fyrirtækjum margra viðmælenda minna. Eitt af því sem Vösu og Kennike skoðuðu var hvernig opinbera sviðið og einkasviðið skarast í auknum mæli

með tilkomu svokallaðra „heimilisveitingastaða“ og þróun hefðbundinna veitingastaða í átt að því „heimilislega“ og afslappaða (2012, bls. 20).

Ég gat þess fyrr í ritgerðinni að sumir viðmælendur telja „of“ mikla þjónustu og fagmenntun ekki hæfa ímyndinni um sveitina. Stefán telur að áhersla þeirra á að fyrirtækið sé fjölskyldurekið hafi góð áhrif á gestina. Hún skapi afslappað andrúmsloft og oft sé hreinlega hægt að „finna“ hvernig fólkid slakar á stuttu eftir komuna.

Þetta fólk finnur að þetta er fjölskyldurekinn staður. Og það er raunverulega gríðarlega dýrmætt, svona koncept. Að fólk sér mig hérna bara að vinna þegar að kemur. Bara í gallanum. Það verður þannig að fólk finnur að það er komið inn á öðruvísi hótél en yfirleitt. Það eru ekki dökku mahony hurðirnar eða litsterku teppin. Það er fólk sem að greinilega býr [hér]. Ég held að það skynji það bara mjög fljótt. Það verður oft mjög mikil breyting [á gestunum]. Sérstaklega var það áberandi fyrst þegar yngri strákurinn okkar var hérna yngri og var að byrja að babbla ensku við gestina og svona. Það var mjög oft fyrsta tengingin

(rannsóknarnótur 8, bls.14).

Að mati Stefáns er mikilvægt að hafa alla grunnþjónustu í lagi, en á svona stað megi ekki vera of mikil þjónusta, það eyðileggi hina heimilislegu stemmningu og afslöppuðu tengsl við gestina. Stefán og fleiri viðmælendur sem nýta svipaða hugmyndafræði, beita grunnreglum gestristninnar sem viðskipta og afslappaða eiginleika heimilisins til að kalla fram réttu stemmninguna.

Eitt af því sem skapar heimilislegan blæ og getur átt þátt í því að draga úr formfestu, eru börn. Guðný og Karl eiga lítinn dreng sem oft er með þeim í eldhúsinu og matsalnum þegar þau sinna gestunum. Ósjaldan skapast tengsl við gestina í gegnum drenginn og Guðný lýsir því þannig: „þá fer fólk að segja manni. Rífur upp myndir af barnabörnunum og börnunum og fer að segja manni frá sinni fjölskyldu“ (rannsóknarnótur 9, bls. 14). Og Guðný heldur áfram að lýsa því hvernig tengsl geta myndast milli gesta og gestgjafa: „um daginn fengum við fólk sem rekur hótél í ítölsku Ölpunum. Þau komu til okkar líka í fyrra. Það var eins og að hitta gamla kunningja.“ Karl bætir við: „Já, já, þetta er rosalega skemmtilegt og fólkid sem er hjá okkur í þrjár til svona fjórar, fimm nætur sko. Auðvitað tengist maður því sko, ef maður hefur áhuga á því. Þá bara líður öllum miklu betur sko“ (rannsóknarnótur 9, bls. 14).

Þjóðfræðingurnn Sigrún Hanna Þorgrímsdóttir (2015) greinir mismunandi hugmyndir um heimilið í meistararitgerð sinni, *Heimilið sem hægfara atburður: þjóðfræðileg greining á stúdentaíbúðum*. Þar kemur fram að algeng ímynd af heimilinu er að það sé ástríkt, öruggt og tákni um stöðugleika. Börn eru líka oft tengd jákvæðum hugmyndum um æskuheimilið, þar

sem (ættu að) verða til góðar minningar (2015, bls. 67). Þessi niðurstaða Sigrúnar Hönnu birtist í orðum viðmælenda minna þegar þeir lýsa eiginleikum þess heimilislega.

Heimili eru gjarnan vettvangur tjáningar á sjálfinu, þar sem við stillum upp munum sem við viljum að fólk upplifi sem hluta af okkur og við sjálf upplifum sem hluta af sjálfsímyndinni. Í blönduðu rými eins og heimilis- eða fjölskyldufyrirtæki eru, fléttast oft saman persónuleg tjáning og formfesta fyrirtækisins. Á Öngulsstöðum hanga til að mynda kökubox ömmu Guðnýjar upp á vegg, Pálína nýtir húsgögn sem foreldrar hennar eru hætt að nota og Keli benti mér á „dósasafn konunnar“ sem dæmi um hvernig þau leitast við að setja persónulegan blæ á staðinn.

Í Lónkoti er sviðið heimili fjölskyldunnar og gestgjafarnir húsbændur í sveit. Pálína útskýrir „Þannig að Lónkot, þ.e.a.s. þetta litla sveitahótel, að það er bara svona eins og framlenging af heimili. Þú kemur til húsbænda hér og það verður til bara ósjálfrátt einhver svona mannleg tenging sko“ (rannsóknarnótur 1, bls. 4).

Veitingastaðurinn sem menningarleg afurð hefur mikið verið rannsakaður útfrá hugmyndum um hann sem leikhús. Segja má að báðir staðir þurfi leikstjóra, leikendur í ýmsum hlutverkum og „áhorfendur“ sem njóta fagurfræði og matargerðarlistar (Võsu og Kannike, 2012). Vel má hugsa sér ferðapjónustufyrirtæki á svipuðum nótum. Kirshenblatt-Gimblett (2007) segir sögu leikhússviðsins og matarborðsins fléttast saman allt aftur til Endurreisnarinnar í Evrópu. Í greiningum Kirshenblatt-Gimblett er eldhús veitingastaðarins baksviðið, matseðillinn leikhússkráin og hvert borð fær sína eigin leiksýningu með nokkrum leikþáttum. Starfsfólk ið þarf einnig að setja sig í hlutverk líkt og gerist í leikhúsi.

Víkjum augnablik aftur að greiningum Konrad Köstlin (1997) þar sem hann lýsir sjálfsrýni nútímasamfélags og þátt þjóðfræðinnar í þeirri sjálfsrýni samfélagsins. Í þessari sjálfsrýnisbylgju – þar sem við rýnum í okkur sjálf og samfélagið – höfum við í raun öll stigið niður af sviðinu og gerst leikstjórar, um leið og við stöndum á því og leikum með. Þannig eru þjóðfræðingar eins og ég að rýna í samfélagið í rannsókn líkt og þessari, en er sjálf þáttakandi í því samfélagi sem ég rannsaka og fer í mismunandi hlutverk eftir aðstæðum (móðir, kennari, rannsakandi, vinkona o.s.fr.).

Margir viðmælenda minna greina frá mismunandi hlutverkum sínum í ferðapjónustunni. Reynar virðist það vera einkenni á ferðapjónustufólk í dreifbýli að það þarf að vera tilbúið til þess að „leika“ nánast hvað sem er. Hvorki stærð fyrirtækisins né staðsetning bjóði upp á sérhæfingu á þróngu sviði. Pálína, sem er jú sviðslistakona, lýsir því

hvernig hluti af tengslamyndun við gesti sé að vera sýnileg og aðgengileg gestum, sem og auðsýna þeim gestrisni í hvívetna. Hún lýsir því jafnframt hvernig máltíðin verður miðill í höndunum á henni því „máltíðin er oft hjartað í samneyti okkar hvort við annað“ (rannsóknarnótur 1, bls. 4).

Hreint, ferskt og sjálfbært

Allnokkrir viðmælenda tengja sjálfbæra hugmyndafræði við starfsemi sína og verklag, m.a. áhersluna á staðbundin matvæli. Stefán leggur til að mynda áherslu á að það sé aðalástæða þess að hann nýtir eins og hægt er hráefni úr næsta nágrenni (rannsóknarnótur 8, bls. 12-13). Að tengja matvæli við sjálfbærni gefur þeim ákveðið gildi; að afla þeirra hefur síður neikvæð áhrif á umhverfið. „Það er sjálfbært að tína grös og blóm og ber, sem er fjölært og vex aftur og aftur“ segir Pálína. Aðspurð af hverju hún velji staðbundið hráefni segir hún: „mér finnst það vera í fullkominni sátt og samræmi við umhverfið hérna og bara í lífi sérhvers manns að reyna að hérna afla sér matar í sínu nánasta umhverfi“. Hún heldur áfram, „það er nærtækast, það er í þessu tilfelli örugglega lang hollast og hérna það er sjálfbært líka, já það [er] bara einhvern veginn sannfærandi“ (rannsóknarnótur 1, bls. 3). Þegar Svanhildur keypti hótelið og var að skoða hvaða stefnu hún ætti að taka í eldhúsinu, staldraði hún við þá hugmyndafræði að nýta mat úr héraði, „að nota það sem er næst manni, að flytja hráefni ekki endilega um langan veg“ (rannsóknarnótur 2, bls. 2). Svanhildur hafði kynnst þeirri stefnu í Matarkistu Skagafjarðar, sem er þróunarverkefni á svæðinu (Matarkistan Skagafjörður, án árs). Þar hafi heillað hana sú hugmynd að nýta í senn nærtækasta hráefnið og markaðssetja skagfirskan mat um leið. Brynja leggur einnig mikla áherslu á að nýta hráefni úr héraðinu og ekki síst hráefni sem þau framleiða og vinna sjálf á bænum. Þessar áherslur tengir hún gjarnan við hugmyndafræðina um sjálfbærni. Flokkun á sorpi og að nýta vel afganga úr eldhúsinu, ýmist í súpugerð eða sem fóður fyrir svín og endur á bænum telur hún vera skref í átt að sjálfbærni: „okkur langar að verða eins sjálfbær og við getum“, segir hún, „það er kannski, svona stærsti draumurinn okkar í dag, að komast þangað“ (rannsóknarnótur 4, bls. 11).

Þó nokkrir af viðmælendum nefni sjálfbærni, eru þeir í minnihluta. Langflestir nefna hreinleika og ferskleika sem einkenni á staðbundnum matvælum og oftast virðast viðmælendur vera á því að notkun á staðbundnum matvælum sé jákvæð fyrir umhverfið. Félagsleg og efnahagsleg sjálfbærni er lítið nefnd og þó fólk nefni að það vilji helst nýta

vinnuafli úr næsta nágrenni virðist það ekki tengja það neitt sérstaklega við hugmyndafræði um sjálfbærni. Það sama á við um efnahagslega þáttinn. Keli er sá eini sem nefnir að fyrra bragði að notkun staðbundinna matvæla og yfirhöfuð íslenskra matvæla borgi sig fjárhagslega. Það rökstyður hann með því að mikil afföll verði af innflutum matvælum vegna þess m.a. að þau séu orðin of gömul þegar þau koma inn í eldhúsið til hans og á það einkanlega við um grænmeti:

Það er verðmunur á þessu kannski [íslensku og erlendu grænmeti] en sá verðmunur kemur í andlitið á manni, af því maður þarf að skræla svo mikið í burtu [á innfluttu]. Þannig að ef að ég teksko hugsjónina og hendi henni bara, þá stendur eftir praktíkin og hún heldur þessu uppi
(rannsóknarnótur 3, bls. 22).

Hefð og handverk

Það eru ekki margir viðmælendur mínr sem vilja kenna sig við íslenska hefð í matargerð, þó aðspurðir telji þeir mikilvægt að viðhalda hefðinni og menningararfnum sem felst í hefðbundinni matseld. Ólöf í Vogum er þó undantekning frá meginreglunni, en hún er mjög áhugasöm um hefðir úr Mývatnssveit og telur að þær bjóði upp á möguleika til þess að skapa sérstöðu og auka upplifun gesta. Það er í raun hægt að tala um handverk í þessu samhengi að mati Ólafar þar sem hvert býli hefur sérstöðu: „Að smakka silung frá mismunandi bæjum, það er bara... eins og smákökuuppskrift sem bökuð er af mismunandi konum, það er bara aldrei eins.“ (rannsóknarnótur 5, bls. 12). Hún nefnir einnig reykingu á kjöti og hverarúgbrauðsgerð sem dæmi um hefðbundið mývetnskt matarhandverk.

Pálína tengir smáframleiðslu matvæla við hefð og segir smáframleiðendur líklegrí en aðra til þess að halda við hefðum í matargerð. Aðspurð segist hún ekki nota hefðir mikið í matargerð, „sko ég nota matvæli sem eru *hefðbundin*, eins og rjómi, mjólk, skyr, fiskur.“ (rannsóknarnótur 1, bls. 3). Það sem hún gerir úr hinu hefðbundna hráefni er svo hennar eigin útfærsla. Pálína telur engu að síður að það sé mikilvægt að viðhalda hefðbundnum matreiðsluaðferðum, eins og skyrgerð og hverabrauðsbakstri:

eins og t.d. skyrið sem ég var að segja þér frá áðan, sem maður saknar svo mikið, af því þetta var heimalagað skyr og var sérlega gott. Maður vildi nú gjarnan sjá fleiri, hérna fara til, fara aftur til baka og byrja, og hérna, halda við og hérna halda utan um þessar gömlu matvælaaðferðir. Þetta handverk, þessar, þetta matarhandverk. Má ekki segja það? [...] og mér er líka umhugsað um matarmenningu okkar, að halda utan um hana og halda henni við, og leiða hana áfram og víkka út möguleikana

(rannsóknarnótur 1, bls. 1, 3).

Það á við um flesta viðmælendur mína, að þó þau telji sig ekki leggja áherslu á hefð, þá eru þau mörg hver að nýta hefðbundið íslenskt bakkelsi eins og hjónabandssælu og randalínur, auk þess sem þau nýta hefðbundið hráefni líkt og Pálína sem þau útfæra svo á eigin máta. Þar birtist ákveðin tenging við fortíðina – eithvað sem á uppruna sinn í því sem liðið er, en vert er að varðveita. Varðveislan felst þó ekki í stöðnun réttanna, heldur er nýsköpun mikilvæg til þess að höfða til nútímafólks og bæta eigin sköpun í „verkið“. Þannig má segja að réttirnir eigi sér uppruna bæði í fortíð og nútíð þar sem hefðir og nýsköpun mætast á diskibestri.

Í þessari notkun á hefðinni felst hreyfing. Fólk leitar í uppskriftasafn eldri kynslóða og beitir eigin útsjónasemi í þeim tilgangi að færa réttina til nútímans. Matreiðsla er þekking, hugmyndir og minningar, skipulag, handfjötlun hráefna og samsetning, breytingar, hefð og nýsköpun. Sem barn og unglungur var ég mikið í eldhúsinu. Ekki vegna þess að mér þætti það svo gaman, heldur vegna skyldustarfa sem þar voru innt af hendi. Frágangur, matargerð og ekki síst bakstur var daglegt brauð okkar systra. Margir af viðmælendum mínum hafa eflaust reynt það sama - og áreiðanlega hafa einhverjir notið þess. Pálína lýsir því til dæmis hvernig hún sýslaði um í eldhúsinu hjá mömmu sinni og Keli sagðist hafa lært hjá besta kokki í heimi – mömmu sinni. Ég lærði líka allt sem ég kann, eða nánast, af mömmu. Ég man ekki eftir að hún kenndi mér beint um eldhúsverkin, þetta einhvern vegin síðist inn í líkamann án þess að ég yrði þess vör; tilfinningin fyrir því hvenær slátursoffan er hæfilega þykk eða botnarnir bakaðir. Þekkingin býr í höndunum, ekki í höfðinu eða í uppskriftabókinni. Þegar ég las kafla Luce Giard (1998) „Doing Cooking“ í síðasta bindi Practice of Everyday Life, sem hún skrifaði ásamt Michel de Certeau og Pierre Mayol, vöktu orð hennar upp margs konar hugrenningatengsl, þar sem ég minntist þessara daga. Hún lýsir því til dæmis hvernig hún streittist á móti því að matreiða, þrátt fyrir hvatningu móður sinnar. Hún ætlaði að vinna með texta og fá sér alvöru starf! Á ákveðnu tímabili ævi minnar vildi ég líka sem minnst vita um matreiðslu og bakstur; taldi mig yfir það hafin (líkt og Giard), gekk í svörtum fötum, las ljóð og leysti vandamál heimsins. Það þýddi þó ekki að afneita þeirri þekkingu sem þegar var orðin hluti af mér, eða eins og Giard orðar það þegar hún uppgötvar að hún hefur í raun yndi af matreiðslu; „það var of seit; óvinurinn var þegar kominn inn“³¹ (1998, bls. 153). Í kafla 5

³¹ Texti úr bókinni (frumtexti á frönsku): „it was already too late; the enemy was on the inside“.

verður hefðin áfram til skoðunar, m.a. hvernig hún er notuð í margvíslegu samhengi og hvernig viðmælendur skynja og túlka hefðina í matargerð.

Staðurinn sem tengslanet

Segja má að ferðaþjónustustaður sé í senn vinnustaður og rými fyrir ferðamenn til að upplifa og njóta. Að reka ferðaþjónustu er hörkuvinna. Í tilfelli viðmælenda minna er yfirleitt um að ræða litla fjölskyldurekna staði í dreifbýli þar sem viðvera og vinna eigenda er mikil. Staðurinn er þeirra vinnustaður, en oft einnig heimili þar sem þau túlka persónuleg gildi og lífsstíl. Í salnum setja þau upp sýningu fyrir gesti sína til þess að þeir geti notið þess sem staðurinn hefur upp á að bjóða. Í túlkun Kirshenblatt-Gimblett (2007) á mat sem miðlunarformi segir hún hann búa yfir eiginleikum sem geri hann að spennandi til listsköpunar. Einn af þessum eiginleikum sé að hægt sé að njóta hans án þess að borða (horfa, heyra, lykta, finna) og að máltíð þurfi ekki alltaf að tengjast næringu, heldur geti hún verið viðburður eða fagurfræðileg upplifun. Þessi atriði koma aðeins fram í viðtölunum, ekki síst – og kannski ekki að undra – hjá sviðslistakonunni Pálínu sem segist nota matinn til að miðla list sinni. Dísa, Brynja og Ólöf tala líka um að matreiðslu sem list og benda sérstaklega á mikilvægi þess að hann uppfylli fagurfræðilegar kröfur þeirra með tilliti til lögunar (brauðskurður er list!), lita og framsetningu á diskum. Það sem flestir viðmælendur mírir eiga svo sameiginlegt er að nota matinn til þess að miðla staðnum til gesta. Með frásögum, myndum og óhlutbundnum tengslum við náttúru og hefðir ljá þeir matnum merkingu. Með framsetningu þar sem mismunandi hráefni tákna mismunandi gildi og eiginleika (náttúru, hefð, sveit, ferskleika, hreinleika, eld og ís!) verður máltíðin að viðburði fyrir gestinum.

Við fyrstu sýn virtist nokkuð augljóst hvaða stað viðmælendur mírir vilja kynna í gegnum matinn sem þau leggja á borð fyrir gesti. Nánasta umhverfi, menningu, landslag og Ísland í heild bar oftast á góma. Dæmi var um að *norðrið* í heild sinni væri á sviðinu, og þá voru dæmi um að persónulegt eldhús viðkomandi og sú sköpun og tjáning sem þar fór fram, væri staðurinn sem skipti máli. Greining viðtalanna átti eftir að leiða í ljós að skynjun, þekking og upplifun viðmælenda minna af staðnum var mjög mismunandi og ólíkir þættir sem spila þar inn, meðal annars bakgrunnur og reynsla viðkomandi. Af því leiðir að áherslur þeirra í sviðsetningu staðarins voru mismunandi, sem og hvað það var sem þau vildu koma á framfæri. Til að mynda finnst Kela mikilvægast að sveitamennskan sem hann upplifir svo sterkt í sjálfum sér komist til skila til gesta. Ólöf vill einnig leggja áherslu á sveitina sína, en

hjá henni eru það staðbundnar og íslenskar hefðir í matargerð sem skipta máli. Sigrún í Dæli, Erla og Brynja leggja áherslu á að staðurinn sé landbúnaðarhéraðið þar sem þær búa og starfa, meðan Pálína leggur upp með rómantísku mynda af sveitasælu á hjara veraldar. Þannig eru sviðsmyndirnar ólíkar og frásagnir af matnum einnig, frásagnir af því úr hvaða landslagi og menningu hann er sprottinn. Staðurinn tekur á sig mynd við athafnir viðmælenda minna og tengsl þeirra við efnislega hluti og menningu í umhverfinu.

Staðurinn mótaðst einnig í samskiptum við gesti. Þar leggja gestgjafarnir, viðmælendur mínr, á borð sína útgáfu af staðnum og speglar bæði sig og staðinn í viðbrögðum gestanna. Þau viðbrögð geta komið beint frá gestinum, en ekki síður í gegnum veraldarvef Finn þar sem samskiptasíður eins og Tripadvisor, Facebook og Twitter spila stórt hlutverk. Þar er brugðið upp mynd af stöðunum í frásögnum gesta af upplifun og reynslu þeirra af staðnum. Staðurinn verður þannig til í samræðum milli gesta og gestgjafa, og segja má að þar eigi sér stað skapandi neysla gesta, þar sem þeir taka þátt í að „búa til“ og móta staðinn (de Certeau, 1984).

Orðræðan um staðbundin matvæli og mikilvægi staðbundinnar menningar, einkanlega í tengslum við ferðaþjónustu, hefur að sjálfsögðu mótaði áhrif á viðmælendur mína og staðinn sem þau eru „fulltrúar“ fyrir. Orðræðan er hluti af hnattrænum jafnt sem ríkjandi staðbundnum öflum sem viðmælendur mínr eru undir áhrifum af.

Það sem gerir staði sérstaka í dag er í raun á hvern hátt þeir taka á móti áhrifum utan frá, segir landfræðingurinn Doreen Massey (2005, bls. 6) og víst er að í hreyfanleika nútímans verða staðir fyrir stöðugu áreiti, ekki síst áfangastaðir ferðamanna. Staðurinn og áþreifanlegir hlutir eru ef til vill kjarninn í sjálfsmynd einstaklingsins, líkt og Tuan heldur fram, en sé staðurinn breytilegur er sjálfsmyndin það einnig og lagar sig að aðstæðum hverju sinni. Það er mikilvægt að hugsa um staðinn, líkt og annað þjóðfræðaefni, sem hreyfingu eða ferli (Gabbert og Jordan Smith, 2007, bls. 220). Þar eiga sér stað „staðsett félagsleg samskipti“ (e. situated social interaction) (221), innan hins efnislega staðar sem ná þó einnig langt út fyrir hann (Shuman, 1993). Í gegnum gestina verða gestgjafar fyrir hnattrænum áhrifum, gestirnir bera með sér nýja strauma, en það gera einnig erlendir starfsmenn þeirra, vinir og kunningjar, svo ekki sé minnst á fjöldiðla og samskiptasíður af ýmsu tagi. Tengsl viðmælenda minna og daglegar athafnir þeirra, taka þátt í að byggja upp staðinn sem þau miðla áfram til gestkomandi.

5 Matvælalandið Ísland

Í íslenskri matvælaframleiðsla er lögð áhersla á gæði og ferskleika hráefna. Hvort sem um er að ræða nýveiddan fisk, grasfóðruð íslensk lömb, lífrænt ræktuð grænmeti eða sjávarsalt, framleitt eftir gömlum aðferðum, lætur hrein náttúran í té heilnæman mat á heimamarkað jafnt sem heimsmarkað. Sjálfbærni og öryggi í framleiðslu eru mikilvægir þættir. Í aldir hafa Íslendingar treyst á hugvit sitt og sköpunarmátt við framleiðslu, geymslu og tilreiðslu matar. Skapandi hugsun gefur af sér nýjar, ferskar vörur og ljúffengt rétti.

(Íslandsstofa, án árs -a). Þýðing höfundar³²

Tilvitnunin hér að ofan er fengin af einblöðungi, sem gefin var út af Íslandsstofu 2014 og sjá má á mynd 13 hér fyrir neðan. Í textanum kemur fram að á Íslandi er áhersla á hreinan, ferskan og heilsusamlegan mat með tengingu við náttúru, hefðir, sjálfbærni og öryggi í



Mynd 13. Einblöðungur frá Íslandsstofu 2014. Í vörslu höfundar.

framleiðslu. Þá er bent á að Íslendingar séu bæði skapandi og hugvitssamir og á þann hátt hafi þeir komist af í gegnum aldirnar. Í textanum er gefin ákveðin ímynd af Íslendingum sem úrræðasömu og framfarasinnuðu fólki, nátengdu náttúru landsins og í góðum tengslum við fortíð sína. Draga mætti þá ályktun að lestrinum loknum að þjóðin sé nánast sjálfri sér nóg

³² Icelandic food production is focused on quality and fresh materials. No matter if it is freshly caught fish, free-grazing Icelandic lamb, organically grown vegetables or sea salt, made the old fashion way; the pure Icelandic nature provides healthy foods to local and global markets. Sustainability and secure production is important. For centuries Icelanders have relied on their innovation and creativity for producing, storing and preparing food. Creative mentality is leading to new, fresh products and delicious delicacies (Íslandsstofa, án árs-a).

um mat. Megintónn bæklingsins er að á Íslandi séu framleidd heilnæm matvæli í fullkominni sátt við náttúru og menningu – og þannig hafi það ætíð verið.

Hallgerður Gísladóttir sagnfræðingur og fyrrum fagstjóri þjóðháttasafns Þjóðminjasafns Íslands, greinir frá því í bók sinni *Íslensk matarhefð*, að matarhættir³³ Íslendinga hafi einkennst af skorti og einfaldri matargerð í gegnum aldir. Þróunin í matarháttum hafi verið hæg, sem fyrst og fremst má rekja til umhverfisþátta, s.s. einangrunar og kalds loftslags (Hallgerður Gísladóttir, 1999, bls. 13-14). Í fljótu bragði er því ekki hægt að sjá mikla samsvörun á milli þeirrar myndar sem Hallgerður setur fram í bók sinni og þeirri sem birtist í bæklingi Íslandsstofu. Það er að segja að Íslendingar hafi alla tíð verið framfarasinnað fólk, sem treyst hafi á eigið hugmyndaráki og nýsköpun í framleiðslu, geymslu og tilreiðingu matvæla. Vissulega má þó segja að skortur á pottum, salti, korni og öðrum nauðsynjum hljóti að hafa krafist ákveðins hugvits í matargerð.

Í inngangskafla bókarinnar *Iceland and Images of the North* frá 2011, gerir Sumarliði Ísleifsson sagnfræðingur grein fyrir margbreytilegum ímyndum Íslands og *Norðursins* í sögu og samtíð. Hann telur að margar sögulega tengdar staðalímyndir þjóða og heimshluta séu við lýði enn í dag og það eigi meðal annars við um *Norðrið* (Ísleifsson, 2011, bls. 11). Sumarliði vísar í hugtak palestínska-ameríkska fræðimannsins Edwards Said (1978/2003), „Orientalism“, sem hann kom fram með í samnefndri bók og lýsir viðvarandi hugmyndum um framandleika³⁴ *Austursins*. Þær hugmyndir segir Said hafa sprottið upp úr heimsvaldastefnu Vesturlanda og sé viðhaldið með ýmsu móti. Kenningar Saids hafa verið yfirfærðar á aðra heimshluta, meðal annarrs *Norðrið*. Sumarliði segir hugmyndir um þann heimshluta hafa verið bæði flóknar og breytilegar í gegnum tíðina – og hann nefnir nokkur algeng dæmi um ímyndir *Norðursins*:

- Hið útópíska eða draumkennda *Norður* þar sem fólk lifir einföldu og sjálfbæru lífi í takt við náttúruna.
- Hið upprunalega *Norður* þar sem finna má leifar af öndverðri menningu Evrópu.

³³ Hallgerður skilgreinir „matarhætti“ ekki í bók sinni og þar gerir hún fyrst og fremst grein fyrir hráefnum og verklagi við vinnslu og geymslu matvæla fyrr á tímum. Þjóðfræðingurinn Don Yoder (1972) skilgreindi matarhætti (e. foodways) og sagði það vera kerfi hegðunar, hefða og hugmynda varðandi mat, svo sem öflun, geymsla, matreiðsla, framsetning og sviðsetning matar (Long, 2004, bls. 8).

³⁴ Framandleiki er hér notað samkvæmt skilgreiningu Kristins Scram á enska orðinu exotic sem eitthvað sem er eftirtektarvert, spennandi eða dularfullt, öðrvívísi og óvanalegt (2011, bls. 310).

- Hið skapandi *Norður* þar sem náin tengsl fólks og náttúru getur af sér þrá til frelsis og vilja til framtaka.
- Hið framsækna og nútímalega *Norður*.
- Hið fálynda, kalda *Norður* sem er þögult og tilfinningabælt í samanburði við hið heita og glaðlynda *Suður*.
- Hið auðuga *Norður* sem er ríkt af menningu, hráefnum og orku.
- Hið illa og siðlausa *Norður* sem m.a. birtist í hömluleysi í áfengisdrykkju og kynlifi, óvarkárni í viðskiptum og leyfi til hvalveiða.

(Sumarliði Ísleifsson, 2011, bls. 17. Þýðing höfundar).

Í bæklingi Íslandsstofu birtast flestar þessara staðalímynda. Þar er matvælaframleiðsla talin byggja á nánum tengslum íbúa við auðuga náttúru, sjálfbærni í nýtingu og framleiðslu, skapandi hugsun og framsækni sem byggir á gömlum merg. Þetta allt leiði svo til þess að nýstárlegir, ferskir og ljúffengir réttir líti dagsins ljós á íslenskum veitingastöðum nútímans. Segja má að þessi lýsing geti átt við hið draumkennda, upprunalega, skapandi, framsækna og auðuga *Norður*, þ.e. sex af þeim sjö staðalímyndum sem Sumarliði nefnir. Þetta eru allt jákvæðar ímyndir, meðan það sem eftir stendur; hið fálynda, kalda, þögula og siðlausa *Norður*, á ekki upp á pallborðið. Það er auðvitað ekkert einkennilegt því jákvæðar ímyndir hæfa yfirleitt betur til kynningar á áfangastöðum ferðamanna en þær neikvæðu og henta því til notkunar í markaðssetningarátaki eins og *Ísland allt árið*³⁵ eða *Inspired by Iceland* líkt og eitt nýjasta verkefni Íslandsstofu nefnist.

Staðalímyndir eru mikilvægur hluti af hugmyndum okkar og skynjun af heiminum. Þó þær eigi ef til vill ekki við rök að styðjast, nema þá að hluta til, eiga þær þó rétt á sér sem slíkar. Þær eru mikilvægar í samskiptum þjóða og heimshluta líkt og Kristinn Scram þjóðfræðingur lýsir í umfjöllun sinni um þorramatinn sem verslunarvöru í milliríkjasamskiptum Íslendinga (2011, bls. 305-324). Í greiningu Kristins kemur fram hvernig Íslendingar erlendis,³⁶ á árunum fyrir efnahagshrunið 2008, taka þátt í að sviðsetja og styrkja ímynd þjóða *Norðursins*, sem framandi og allt að því frumstæðra þjóða með einkennilegar matarvenjur (2011, bls. 323). Kristinn kemst að þeirri niðurstöðu að með þessu séu

³⁵ Stæðsta markaðsverkefni Íslandsstofa (e. Promote Iceland) er um þessar mundir landkynningarátakið *Ísland allt árið* eða *Inspired by Iceland* sem hleypt var af stokkunum til að „bregðast við fyrirsjáanlegum samdrætti í kjölfar eldgoss í Eyjafjallajökli í apríl 2010“ eins og segir á vefsíðu stofnunarinnar (Íslandsstofa, án árs-e).

³⁶ Þarna á Kristinn einkum við Íslendinga sem stunduðu viðskipti erlendis á þessum tíma og nefndir voru „útrásarvíkingar“.

Íslendingarnir að búa til fjarlægð á milli sín og þessarar ímyndar þjóðar sinnar, sem þeir setja fram á kaldhæðinn hátt. Með því eru þeir að sýna fram á að þeir sjálfir hafi þróast lengra í átt að nútímanum og á þann hátt opnað dyr fyrir sig inn í alþjóðlegt nútímasamfélag. Kritinn byggir þarna á hugmyndum Edwards Said um Orientalisma *Austursins*, yfirfærir á *Norðrið* og kallar „Borealism“ . Það hugtak dregur hann af latneska orðinu *borealis* sem þýðir *Norðrið* og vísar þannig til viðvarandi hugmynda um þann heimshluta. Kjarninn í kenningum Saids og Kristins eru hugmyndir um *fjarlægðina* - sem gerir *Austrið* og *Norðrið* að útjöðrum heimsins. Fjarlægðin, í tíma (vísað til eiginleika sem tilheyra fyrri tímum) og/eða rúmi (landfræðileg fjarlægð frá skilgreindri miðju) býr til valdaskiptingu, þar sem jaðrarnir eru framandi og frumstæðir, en miðjan (þeir sem valdið hafa og skilgreina jaðarsvæðin) kunnugleg og nútímovædd. Í lýsingum og greiningum Kristins glittir í þá ímynd sem er fjarverandi í bæklingi Íslandsstofu – nefnilega hið illa, siðlausa og hömlulausa *Norður*

Á vefsíðu Íslandsstofu segir að markmið stofnunarinnar sé að „efla ímynd og orðspor Íslands, styrkja samkeppnisstöðu íslensks atvinnulífs á erlendum mörkuðum og laða erlenda ferðamenn og fjárfestingu til landsins“ (Íslandsstofa, án árs-a). Sú (staðal-) ímynd af þjóð sem gefin er í umræddum bæklingi er mikilvæg í frásögu og samskiptum á markaðstorgi ferðaþjónustunnar. Henni er ætlað að draga upp aðlaðandi mynd af þjóðinni og landinu sem áfangastað fyrir ferðamenn. Boðskapurinn er að hér sé ekki „vara“ falleg náttúra, heldur líka skapandi fólk sem býr til góðan, öruggan og hollan mat. Hvort allt það sem fram kemur í ritinu eigi við fullkomin rök að styðjast skiptir ef til vill ekki öllu máli, hugmyndin er að draga að fleiri ferðamenn svo þeir megi upplifa landið – og efnahagskerfi landsins megi njóta góðs af. Þannig virðist Íslandsstofa vera trú markmiðum sínum. Staðalímyndir virðast líka almennt viðurkenndar í samfélagini, sem tæki í markaðssetningu, þó þær séu ekki nema að hluta byggðar á staðreyndum – heldur séu fyrst og fremst ímynd og tilbúin framsetning. Þær hafa áhrif á okkar daglega líf og skipta máli í pólitísku og efnahagslegu samhengi (Ísleifsson, 2011, bls. 5). Staðalímyndir þjóða hafa þannig áhrif á sjálfsmynd þeirra einstaklinga sem telja sig tilheyra þeirri þjóð og rannsókn Kristins, sem og bæklingur Íslandsstofu, sýna að ímynd þjóða skiptir máli, sem verslunarvara í milliríkjasamskiptum og ferðaþjónustu.

Eitt af því sem mér lék forvitni á að kanna við upphaf rannsóknarinnar var hvort og á hvern hátt ferðaþjónustuaðilar í dreifbýli samsvöruðu sig þeirri ímynd af landi og þjóð sem gefin er í opinberu kynningarefni. Einkum fýsti mig að skoða hvernig ferðaþjónustufólk tengir matvælaframleiðslu og matarmenningu við ferðaþjónustu og bera það saman við

samfélagsumræðuna og orðræðuna um íslensk matvæli. Ég spurði viðmælendur mína um náttúrutengingu íslenskrar matvælaframleiðslu, viðhorf þeirra til landbúnaðar og annarrar matvælaframleiðslu hérlendis, um hefðir í matargerð og viðhorf þeirra til kynningar á íslenskri matarmenningu í ferðaþjónustu. Jafnhliða greiningu viðtalanna skoðaði ég framsetningu á íslenskri matvælaframleiðslu, mat og matarmenningu í opinberu kynningarefni og í fjölmíðlum. Það er einkum tvennt sem stendur upp úr eftir þessar greiningar. Það er tenging íslenskrar matvælaframleiðslu við náttúru og að því er virðist mikilvægi hennar (matvælaframleiðslunnar) sem þjóðartákns. Á næstu síðum mun ég leitast við að lýsa og útskýra þessa niðurstöðu og í hverju hún liggur.

Matur og náttúra

Hvert sem litið er má finna eitthvað hollt og ætilegt í íslenskri náttúru. Gleymum því ekki að náttúran sér um sína

(Rúnar Marvinsson, 2008, bls. 5).

Líkt og flestum er kunnugt, er náttúran aðalástæða þess að ferðamenn heimsækja Ísland, en tæp 80% þeirra ferðamanna sem hingað komu árið 2014 tilgreindu náttúruna sem aðalástæðu heimsóknarinnar (Ferðamálastofa, 2015-a, bls. 16). Náttúran hefur líka verið í forgrunni í kynningarefni íslenskrar ferðaþjónustu frá upphafi (Alessio og Johannesdottir, 2011; Gunnarsdóttir, 2011), en undanfarið hefur verið lögð ríkari áhersla á ímyndarsköpun landsins í gegnum heildstæð markaðsverkefni (Johannesson, Huijbens & Sharpley, 2010). Þar tengja ferðamálayfirvöld ýmsa þætti úr menningu Íslendinga við náttúruna, svo sem tónlist, hönnun og – í auknum mæli – mat og matarmenningu.³⁷

Í viðtolunum kemur fram að mörgum viðmælenda minna þykir hið opinbera leggja litla áherslu á mat í landkynningarefni og ímyndarsköpun fyrir landið. Markaðsverkefnið *Iceland Naturally*, hefur staðið yfir í Norður Ameríku, allt frá árinu 1999 og hefur ætíð verið nokkur áhersla á að kynna þar íslensk matvæli. Ef til vill hefur það þó ekki verið mjög sýnilegt hérlendis og fólk því ekki meðvitað um tilvist þess. Í verkefninu er íslensk framleiðsla og þjónusta, líkt og lambakjöt, fiskur, brennivín, fatahönnun, tónlist og ferðaþjónusta markvisst tengt við og rammað inn af íslenskri náttúru (*Iceland Naturally*, án árs). Segja má að aðalaðráttarafl landsins, náttúran, sé nýtt til þess að koma öðrum vörum á framfæri. Látið

³⁷ Dæmi um slík heildstæð markaðsverkefni er *Ísland allt árið eða Inspired by Iceland* sem nefnt er hér að framan.

er í veðri vaka að listir, hönnun og matarmenning sé undir sterkum áhrifum frá villtri náttúrunni, og þannig er ímyndin af náttúruperadísinni Íslandi, sem áfangastað fyrir ferðamenn, undirstrikuð.

Hin árlega matarhátíð *Food and Fun* er dæmi um landkynningarverkefni sem staðið hefur um árabil, en er betur þekkt en *Iceland Naturally*, enda fer viðburðurinn fram hér á landi. Í kynningarefninum um verkefnið er búin til ímynd um náin tengsl íslenskra matvæla og náttúru. Erlendum matreiðslumönum er boðið að matreiða úr „náttúrulegu“ íslensku hráefni og viðburðurinn tengdur útvist – og reyndar „hinu heimsfræga“ næurlífi³⁸ Reykjavíkurborgar (*Food and Fun*, án árs-a), sem hugsanlega á að fléttu viðburðinn inn í alþjóðlegt og nútímalegt samhengi. Þó mikið sé gert úr náttúrulegum hráefnum í matargerðinni, er ekki auðvelt að átta sig á því í hverju sú tenging felst. Mynd 14 hér fyrir neðan sýnir glaðbeitta unga karlmenn handfjatla (erlendar) jurtir, og raunar eru flestar myndir á vefsíðunni af karlmönum að elda, borða og baða sig, þó konum bregði þar fyrir



Mynd 14 Mynd af vefsíðu *Food and Fun*. Textinn sem settur hefur verið inn á myndina á vefsíðu er hér settur inn af höfundi. (Mynd: Sigurjón Ragnarsson. Birt með leyfi hans).

(*Food and fun*, án árs-b). Áhugavert væri að skoða þessa hlið viðburðarins frá sjónarhlí þjóðfræði og feminismi, en það verður ekki gert í þessari ritgerð. Þó matur sé í forgrunni í nafni verkefnisins, má draga þá ályktun af texta, myndum og myndskeiðum, sem finna má á

³⁸ Í þessu samhengi má velta því fyrir sér hvort hér sé komin staðalímyndin sem vantar í bækling Íslandsstofu, nefnilega „hið siðlausa Norður“ (sbr. skilgreiningar Sumarliða Ísleifssonar (2011) hér að framan).

veraldarvefnum um *Food and Fun*, að hér sé fyrst og fremst um að ræða kynningu á framúrskarandi erlendum matreiðslumönnum, þeim veitingastöðum sem taki þátt í verkefninu og á Reykjavík (og Íslandi) sem áfangastað ferðamanna. Hið síðastnefnda er sennilega það sem er drifkraftur verkefnisins, enda hefur febrúar, fram undir þetta, talist utan háannar í ferðaþjónustu – þó það kunni að vera að breytast (Ferðamálastofa, 2015-b). Í inngangi kaflans var landkynningarverkefnið *Ísland allt árið* (e. *Inspired by Iceland*) nefnt til sögunnar. Þó bæklingurinn sem þar er sýndur, sé kynning á íslenskum matvælum og réttum, er ekki hægt að segja að matur og matarmenning spili stórt hlutverk í verkefninu í heild og matur er ekki áberandi í myndefni eða texta á vefsíðu verkefnisins (sjá m.a. *Inspired by Iceland*, án árs-a og *Inspired by Iceland*, án árs - c). Þar er það náttúran og útvistarparadísinn Ísland sem á svíðið.

Matur og matarmenning er þannig ekki mjög sýnileg í landkynningarefni fyrir áfangastaðinn Ísland og virðist það samræmast upplifun heimildamanna minna. Það er þó aukin áhersla hjá Íslandsstofu á að nýta íslensk matvæli og matarmenningu sem markaðstæki fyrir landið, og auka hlut matvæla í ásýndarsköpun þess. Til marks um það má hafa orð Áslaugar Þ. Guðjónsdóttur, verkefnisstjóra hjá Íslandsstofu, í viðtali við Bændablaðið í desember 2014:

Sjávarútvegsfyrirtækin eru að vinna með okkur í stóru verkefni undir merkjum *Iceland Responsible Fisheries* og það er áhugavert að upplifa þá samstöðu og áhuga erlendra aðila á að kynna sig undir þeim merkjum og tengja ímynd sína þannig við íslenskan uppruna, ábyrga fiskveiði og sjálfbærni sem og gæði

(Sigurður Már Harðarsson (smh), 2014).

Það sem Áslaug víesar hér í er vottun á veiðum Íslendinga um sjálfbæra³⁹ nýtingu sjávarauðlinda, sem framkvæmd er af óháðum þriðja aðila (*Responsible fisheries*, án árs-a). Samkvæmt Áslaugu er þetta eftirsóknarverður stimpill hjá kaupendum sjávarafurða erlendis. Ef rýnt er í reglur *Responsible fisheries* sést að um er að ræða vottorð um uppruna annars vegar og stjórnun veiða hins vegar (*Responsible fisheries*, án árs-b). Þá má sjá að viðkomandi vottun snýst fyrst og fremst um umhverfissjónarmið, lítið er minnst á efnahagsleg sjónarmið og ekkert minnst á samfélagsleg sjónarmið – enda hafa tveir síðastnefndu þættirnir í

³⁹ Sjálfbærnihugtakið er vinsælt, en ekki einfalt fyrirbæri. Það víesar í það að fullnægja þörfum samtíðarinnar án þess að skerða möguleika komandi kynslóða á að fullnægja sínum þörfum (Gro Harlem Brundtland, 1987, bls. 43). Í seinni tíð hefur umfjöllun um sjálfbærni þróast frá því að einblínt sé á umhverfisleg áhrif eingöngu, til efnahagslegra og samfélagslegra áhrifa. Þannig er litið svo á að í sjálfbærri þróun, sama um hvað hún gildir, sé litið til þessara þriggja þátta (Edward H. Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson, 2013, bls.11).

fiskveiðistjórnun Íslendinga verið afar umdeildir um áraraðir (Hjörtur Gíslason, 2007; Ingi Freyr Vilhjálmsson, 2015). Staðbinding við Ísland skiptir í þessu samhengi augljóslega máli, en samkvæmt Áslaugu gefur hún þeim fyrirtækjum sem tengja sig við landið, forskot á heimsmarkaði. Ekki er ólíklegt að þó slíkt forskot byggji að mestu á ströngum gæðakröfum í framleiðslu vörunnar, þá sé það einnig ímyndin um hið auðuga *Norður*, ríkt af hráefnum og (sjálfbærri) orku sem liggur til grundvallar.

Ég leyfi mér að fullyrða hér að matur leiki lítið hlutverk í þeirri ímynd sem hið opinbera leitast við að skapa af Íslandi – alla vega enn sem komið er. Ennfremur að sú ímynd sem maturinn er tengdur við (þó takmarkað sé) byggi að miklu leyti á viðvarandi hugmyndum um *Norðrið* sem auðugt, sjálfbært, skapandi og framsækið. Auk þess sem Norðrið er ímynd þess upprunalega, með rætur í villtri náttúru og hefðum. Þessar fullyrðingar byggi ég á könnun á vefsíðum Íslandsstofu, efni tengt landkynningu og markaðssetningu á Íslandi og íslenskum afurðum, sem og ýmsum myndböndum á vimeo og youtube.⁴⁰ Ímyndarsköpun í samtímanum virðist þannig byggja á gömlum og nýjum staðalímyndum um land og þjóð, sem samkvæmt Sumarliða Ísleifssonar (2011) eru bæði flóknar og breytilega, en ganga sífellt í endurnýjun lifdaga.

Náttúran trónir þannig í fyrsta sæti í ásýndarsköpun landsins, en ímyndin af Íslandi sem fiskveiðibjóð er þó einnig nokkuð áberandi. Landbúnaði eða myndum af sveitum landsins bregður aftur á móti lítið fyrir, þó vissulega megi finna undantekningar frá því (sbr. Íslandsstofa, án árs – b; Inspired by Iceland, án árs-b). Ég áttaði mig hins vegar á því þegar ég var komin nokkuð á veg með frumgreiningu viðtalanna, að viðmælendur mínr komu lítið inn á sjávarútveg þegar umræðan barst að matvælaframleiðslu. Þeim var hins vegar tíðrætt um landbúnaðarmál. Sennilega má leita skýringa í því að flestir þeirra reka ferðaþjónustufyrirtæki í sveit með enga eða takmarkaða tengingu við sjóinn og útgerðir (með undantekningum þó). Þetta hefur eflaust haft áhrif og stýrt að einhverju leiti áherslum þeirra í umræðu um matvælaframleiðslu á Íslandi. Að auki ber að hafa í huga að bakgrunnur minn í sveit og tengsl við landbúnað kann einnig að hafa haft áhrif á stefnu viðtalanna.

Markaðssetning þessara tveggja arma í frumframleiðslu matvæla er harla ólík og vafalítið ýmsir þættir sem spila þar inn. Landbúnaðaráfurðir hafa aldrei orðið sú útflutningsvara, sem

⁴⁰ Um er að ræða kynningarmyndband um starfsemi Íslandsstofu og ýmis myndbönd tengd ákveðnum verkefnum eins og Inspired by Iceland.

sjávarfangið er og þó skemmt sé að minnast smjörfjalla og kindakjötshrauka á níunda og tíunda áratug síðustu aldar (sjá m.a. Morgunblaðið, 1984 og 1995), hafa komið upp tilfelli undanfarin misseri þar sem smjör, rjóma og í auknum mæli kjöt skortir til þess að mæta innlendri neyslu landsmanna og ferðamanna. Það er því varla til afgangur í útflutning – nema af lambakjöti (Sigurður Már Harðarsson (smh), 2015). Nánar verður komið að viðhorfum heimildamanna minna til þessara mála í næsta undirkafla.

Þó áhersla Íslandsstofu virðast fyrst og fremst á villta náttúru og sjávarfang, gerir Áslaug í fyrrnefndu viðtali, einnig grein fyrir stefnu Íslandsstofu varðandi landbúnaðararfurðir, enda birt í Bændablaðinu:

Við höfum átt gott samstarf við bændur – einstaka bændur, Bændasamtókin og Landsamband sauðfjárbænda. Við höfum heimsótt bændur með blaðamönnum. [...] Við höfum leitað til þeirra í þessum tilfellum því ekkert er eins áhrifaríkt fyrir blaðamanninn og að fá söguna á bak við hráefnið frá bóna í umhverfi hans

(Sigurður Már Harðarsson (smh), 2014).

Samkvæmt þessu hefur áhersla verið lögð á að kynna erlendum blaðamönnum landbúnaðarframleiðslu. Þá kemur fram í viðtalini að kynning á íslenskri landbúnaðarframleiðslu hefur einnig farið fram í gegnum kokkalandsliðið og Bocuse d'Or-akademíuna.⁴¹ Það sem er athyglisvert í þessari tilvitnun í Áslaugu, útfrá sjónarhóli rannsóknarinnar, er sú áhersla sem hún leggur á tengsl við uppruna, framleiðendur og sögu matvælanna, sem alþjóðlegir blaðamenn komi til að kynnast. Þarna mætast hinir staðbundnu og hnattrænu straumar Roland Robertsson („golcalisation“, 1995), í eftirspurn og áhuga á staðbundinni sérstöðu – sem að öllum líkindum hefur aðlagað sig hinni hnattrænu eftirspurn með nýsköpun í vinnslu og framreiðslu matvælanna.

Í viðtolunum spurði ég heimildamenn mína hvort þeir tengdu íslensk matvæli á einhvern hátt við náttúruna. Einnig, hvaða matvæli ættu skilið slíka tengingu. Langflestir nefndu lambakjöt, jurtir og ber, en aðeins einn viðmælenda nefndi fisk og sjómeti sem matvæli tengd náttúru Íslands. Í fljótu bragði virðast viðmælendur mínr því hafa annað viðhorf til þess hvaða matvæli tengjast náttúru Íslands en opinberir aðilar gefa útávið, þ.e. að fiskur og sjómeti séu einkennandi fyrir „náttúruleg“ hráefni Íslands.

Lambakjötið var það sem langflestir tengdu við náttúruna og ástæðan: jú lömbin ganga frjáls til fjalla allt sumarið á villtum gróðri og berjum. Það er lambakjöt á matseðli hjá

⁴¹ Bocuse d'Or-akademían er bakland íslenskra matreiðslumanna í Bocuse d'Or keppninni í Frakklandi.

öllum nema Sigrúnu á Geitafelli, en bærinn er utarlega á Vatnsnesinu og allt umhverfið undirstrikar á herslur Sigrúnar á sjávarrétti og sjóinn. Hún var einn fárra viðmælenda sem nefna fisk og sjávarmeti þegar ég bað þau að nefna mér íslensk matvæli sem þau tengdu við náttúruna. Á Hótel Laka er yfirleitt hlaðborð fyrir hópa og þá kynnir Eva eða staðgengill hennar það sem þar er að finna:

Nú eru tveir breskir skólahópar hjá okkur í kvöld og þá kynni ég alltaf lambið sérstaklega sem íslenska fjallalambið – sem allir verði að smakka því það komi beint úr náttúrunni. Og er náttúrulega eins lífrænt eins og það getur verið í raun og veru

(rannsóknarnótur 14, bls. 3).

Sigrún í Dæli tekur í sama streng og segir:

Hreinasta, lífræna matvara sem þú getur fengið á Íslandi, það er lambið. Það gengur úti og bítur gras allt sumarið. Það hefur verið frammi á heiði og hérna, kryddað kannski með blóðbergi og svona þessum jurtum okkar

(rannsóknarnótur 10, bls. 12).

Lambið kemur sem sagt beint úr náttúrunni, hefur gengið villt á fjöllum yfir sumarið og er hreint eins og náttúran sjálf. Fólk var hins vegar frekar hikandi við að tengja aðrar landbúnaðarvörur við náttúru.

En það er svona – það eru svona blendnar tilfinningar sem að ósa svolítið upp þar. Mig mundi alveg rosalega langa til að sjá okkur færa okkur meira inn á beint frá býli, græna hagkerfið og reyna að hafa fleiri bændur sem eru með sértækjar vörur. Hlúa að hinu sérstaka og hinu smáa. Því fegurðin er í hinu smáa. Í stað þess að moka öllu undir sama hatt. Það finnst mér ekki eins aðlaðandi og við eignum að vera dugleg líka að líta til okkar nágrannaþjóða sem hafa virkilega ræktað sína matarmenningu og stutt við smábændur og smáframleiðendur sem eru virkilega að búa til gæðamun. Ég held að íslenskur landbúnaður sé svona „kontroversal“

(rannsóknarnótur 1, bls. 4).

Hér á Pálína við að þó íslenskur landbúnaður sé stundaður í hreinni náttúru, sé margt sem orki tvímælis. Þar mætti nefna innfluttan fóðurbæti sem inniheldur erfðabreytt korn en er notað fyrir íslenskar mjólkurkýr og innfluttan verksmiðjuframleiddan áburð sem borinn er á tún. Það eru fleiri sem taka undir þetta með Pálínu, meðal annars nefndu nokkrir að vegna þess að tilbúinn, kemískur áburður sé borinn á tún sé tæplega hægt að tala um að afurðir dýra sem þar gangi séu „náttúrulegar“. Hins vegar sé þetta alltaf afstætt og Guðny telur að erlendir ferðamenn sjái hlutina ef til vill með öðrum augum en margir sem hér búi:

Það er ekki endilega víst að útlendingarnir hugsi það þannig. Þeir horfa hér [yfir] og það er ekki mengunarský og annað. Þannig að þeir upplifa þetta ábyggilega sem mjög [hreint]

(rannsóknarnótur 9, bls. 21).

Og Karl bætir við:

Enda, ég held kannski að hérna, hinn almenni neytandi hann líti á þetta sem mjög hreint og svona, þó að við kannski sem að erum á staðnum – þó að við kannski eins og Guðný talaði um með áburðinn og annað sko [höfum aðra sýn]. En það er í rauninni ekki mikið meira en áburðurinn sem að er [„óhreint“]

(rannsóknarnótur 9, bls. 21).

Þannig finnst þeim mikilvægt að horfa á heildina – og telja að ferðamenn geri það – þó ef til vill séu ekki allir hlutir eins og best væri á kosið. Þá kom upp í umræðunni að hreint loft og vatn skipti miklu máli og hefði áhrif á eiginleika matvælanna. Ferðamenn sem hingað komi séu margir hverjur úr borgarumhverfi. Þeir upplifi hér óspillta náttúru, hreint loft og umhverfisvæna orkumenningu, í formi raforku úr fallvötnum og jarðvarmanotkun – í móttsetningu við kjarnorku og olíu til orkuframleiðslu erlendis.

Ég held að það að útlendingar líta á landið í flestum tilfellum sem land lítillar mengunar, hreins lofts og í mjög mörgum tilfellum að umhverfisvæn orka hefur komið að ferlinu. Það er eitthvað sem ég held að sé sem sagt, fyrir okkar íslensku matvæli, engin spurning að sé mikill [kostur]

(Stefán, rannsóknarnótur 8, bls. 47).

Þórólfur tekur í sama streng og telur að það sé heildin sem skipti máli fyrir upplifun erlendra ferðamanna af Íslandi.

Allt í kring í umhverfinu í rauninni [skiptir máli], vegna þess [að] fólk er bara - túristinn kemur til Íslands – hann kemur sko í níutíu prósent, eða áttatíu, níutíu prósent út af landslaginu. Ef ég man rétt allar þessar [tölur]. Og hann er náttúrulega bara fullur af þessu, alveg sama hvort hann kemur hingað til míni að kvöldi eða [fer] eitthvert annað. Og ef hann upplifir svo að kvöldið með matnum er ekki í sama standard og það sem hann hefur verið að horfa á af veginum eða stoppa [og skoða] yfir daginn, þá missir það ákveðins marks

(rannsóknarnótur 7, bls. 6).

Og hann heldur áfram;

Hér tengi ég svona – við höfum náttúrulega útsýnið beint út á sjóinn hérna, það þýðir náttúrulega að eitthvað sem ég býð upp á það verður að tengjast sjónum. Þú ert með dýr hér í kringum þig, okei, ég býð ekki uppá kengúrukjöt eða eitthvað, það er ekki það sem þú sérð. Hvort sem það er hross, naut eða lamb – nota það hér.

(rannsóknarnótur 7, bls. 7).

Þórólfur telur lambið vera náttúrulegustu landbúnaðararfurðina og að mikilvægt sé að við höldum í ímynd fjallalambsins. Skotar og Nýsjálendingar telji sig að sjálfsögðu vera að framleiða gæðakjöt, en þeir hafi ekki þessa ímynd af sauðfé sem gengur nánast villt um fjöll og firnindi allt sumarið. Að varðveita náttúruna er hluti af ímynd fjallalambsins:

Þetta er eins mikið villt og frjálst eins og það getur verið. Og ég ætla bara að vona að menn beri gæfu til þess að skemma ekki þessa ímynd vegna þess að þá eru þeir að skemma ákveðna söluímynd líka fyrir lambakjöt

(rannsóknarnótur 7, bls. 12).

Að hans mati kemur þetta fram í bragðinu á kjötinu, það sé ólíkt ef dýrið elst upp á ábornu túni eða villtum fjallagróðri. Í sama streng taka matreiðslumennirnir og kollegar Þórólfs, Þórhildur á Hólum og Erla á Geirlandi. Þær telja bragðmun á kjöti af lömbum sem alast upp til fjalla og þeirra sem bíta við sjávarsíðuna. Þau eru sammála því að það mætti gera meira út á þennan mun á kjötinu til að vekja áhuga ferðamanna og annarra kaupenda.

Fyrir utan lambakjötið eru það jurtir og ber sem viðmælendur mínir nefna sem mat



tengdan náttúru Íslands. Flestir töldu það þó ekki framkvæmanlegt að tína slíkt til að nýta í ferðaþjónustu. Til þess væri ekki tími og of dýrt að kaupa vinnufl. Það var helst ef einhver úr fjölskyldunni tók að sér að tína berin eða jurtirnar, eins og í tilfelli Pálínu í Lónkoti. Móðir hennar er ötul berjatínslukona, sem sér fyrirtækinu fyrir berjum á haustin (sjá mynd 15). Ólöf í Vogum og systir hennar finna einnig tíma til

Mynd 15. Berjaskyr í Lónkoti. Þess að tína ber sem þær nýta í eldhúsínu. Fyrirtæki Þórólf og Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

konu hans Guðnýjar, Holt og heiðar, framleiðir m.a. sultur og hlaup í neytendaumbúðum (sjá mynd 16). Það fyrirtæki ræður til sín fólk sem tínir ber og sveppi úr íslenskri náttúru og Sveitasetrið þeirra á Hofsstöðum nýtur góðs af. Þannig hafa þau komið sér upp mismunandi rekstri sem styður hvor annan.

Fyrir utan þetta þrennt (lambakjöt, jurtir og ber) áttu viðmælendur mínir erfitt með að útskýra af hverju þeir tengdu íslensk matvæli við náttúruna. Margir drógu við sig svarið og enginn gat útskýrt það með einföldum hætti hvað þeir ættu nákvæmlega við með þessari tengingu. Ef til vill kemst Brynja þó næst því að orða það hvernig margir af viðmælendum virðast skynja þessi tengsl:



Mynd 16. Sultukrukkur til sölu á Hofsstöðum. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

Mér finnst bara um að gera að við nýtum okkur að kynna að við erum með hreina náttúru. Og að, þú veist, það að sjálfsögðu hefur gífurleg áhrif á hráefnið. Það hlýtur, alla vegna að mínu mati, að vera aðaláherslan. Af því að þú talar um náttúru, þá fer maður allt í einu – einhvern vegin sjálfkrafa – að hugsa um það sem náttúran framleiðir. En auðvitað er hreinleikinn kannski það

sem að við [eigum að leggja áherslu á] - og þetta hreina vatn – þetta er miklu meira, miklu, miklu dýrmætara heldur en við nokkurn tímamann gerum okkur grein fyrir. Ég meina hér bara ganga dýrin sjálfala, fara út í læk að drekka og eru að fá gott vatn

(rannsóknarnótur 4, bls. 31).

Það sem Brynja kemur hér inn á er það sem lesa má út úr flestum viðtalanna. Fólk tengir matvælaframleiðslu á Íslandi við hreina og ferska náttúru þó það geti ef til vill ekki tengt einstök hráefni beint við hana (nema ef vera kynni, lambakjöt, jurtir og ber). Það má því segja að viðmælendur mírir endurspegli í orðum þá ímynd sem Íslandsstofa gefur af íslenskri matvælaframleiðslu, þ.e. sem gæðavöru í hreinu umhverfi – þó þeir slái varnagla við ýmsa þætti framleiðslunnar eins og komið verður nánar inn á í næsta undirkafla.

Íslenskur landbúnaður

Yfirbragð sjávarútvegs og landbúnaðar á Íslandi er gerólíkt, og sjávarútvegurinn er líkt og stóra systir landbúnaðarins í matvælaframleiðslu landsins. En þó lítið fari fyrir landbúnaði í ímynd Íslands í opinberu kynningarefni, er hann þó eftir sem áður mikilvægur hluti af ímynd dreifbýlisins. Hér er ætlunin að lesa í orð viðmælenda minna um íslenskan landbúnað, heilnæmi afurða, uppruna, hagræðingu í kerfinu, innflutning matvæla og traust neytenda.

Hreinleiki og gæði eru hugtök sem oftast komu upp hjá viðmælendum þegar talið barst að íslenskum landbúnaðaráfurðum og íslenskri matvælaframleiðslu. Þessi hugtök eru sem fyrr segir gjarnan tengd við náttúru Íslands, en hreinleikinn er einnig tengdur því að hér séu ekki notaðir vaxtahvetjandi hormónar eða sýklalyf í þeim tilgangi að hraða vexti búfjár, og að lyfjanotkun sé í lágmarki á Íslandi miðað við önnur lönd. Þetta er atriði sem ýmsir nefna:

Mér finnst þær [íslenskar landbúnaðaráfurðir] standa fyrir – svolítið fyrir gæði bara – ekki massa framleiðsla. Við erum ekki að nota hormóna. Mér finnst þau standa svolítið fyrir svona – lífræna framleiðslu. Grænmetisrækt til dæmis, ofsalega lífræn. Við látum eina skordýrategund éta hina og og mér finnst við vera geysilega sko, þetta eru vandaðar vörur. Virkilega, alveg sama hvar litið er á þær

(Eva, rannsóknarnótur 14, bls 5).

Hreinleika og hérna – hreinleika og gæði. Og þetta að tengja það við náttúruna. Eins og lambakjötið. Lömbin fæðast kannski inni en þau eru úti allt sumarið [og] fram á haust. Það getur ekki verið lífrænna sko, og hreinna. [...] Mér finnst það ekki geta verið hreinna. Það eru engir hormónar eða ógeð í þeim

(Sigrún, rannsóknarnótur 10, bls. 18).

Já ég lít nú á það þannig að þær [landbúnaðaráfurðir] standi fyrir gæði og hreinleika
(Svanhildur, rannsóknarnótur 2, bls. 7).

Ég verð nú að segja að íslenskur landbúnaður standi fyrir hreinleika og það má kannski alltaf gera betur, en ég ætla bara að vona að við hverfum aldrei frá þeirri stefnu - með hreinleika í kjöti [og] í afurðum. Að við séum ekki með mikið - við erum náttúrulega ekki með neitt hormónakjöt eða neitt slíkt. Ég ætla að vona bara að Ísland fái að njóta þeirrar sérstöðu að það flæði hér ekki yfir eitthvað, sko eitthvað slíkt, slík fæða. Eða [við] fórum að gera [það] sjálf

(Erla, rannsóknarnótur 15, bls. 5).

Nú, við höfum almennt séð mjög hreina náttúru og þess vegna framleiðum við almennt séð mjög góðar vörur

(Stefán, rannsóknarnótur 8, bls. 40).

Til skamms tíma hefur heilnæmi íslenskra matvæla verið til umræðu í fjölmöldum og víðar. Í Bændablaðinu 12. febrúar s.l. er vitnað í árskýrslu Evrópsku lyfjastofnunarinnar og greint frá lítilli lyfjanotkun við kjötframleiðslu á Íslandi, borið saman við önnur lönd í Evrópu (Hörður Kristjánsson, 2015, bls. 2). Sú skynjun heimildamanna að lyfjanotkun í landbúnaði sé lítil þarna hafa við rök að styðjast.

Fjörugar umræður fóru fram í samfélaginu sumarið 2014 þegar þingfloksformaður Framsóknarflokksins brást neikvætt við þreifingum bandaríksa smásölurisans Costco um að opna verslun hér á landi, á þeim forsendum að íslensk matvæli væru hollari en erlend. Stuttu seinna varaði forsætisráðherra Framsóknar við innflutningi á kjöti vegna yfirvofandi ógnar sem af því myndi stafa fyrir heilsu Íslendinga (sjá m.a. Gunnar Atli Gunnarsson, 2015 og Erla Karlssdóttir, 2015). Ekki voru allir sammála þessum ábendingum ráðamannanna sem þóttu fara fram með óþarfa forræðishyggju í innflutningsmálum, í krafti hræðsluáróðurs. Eftirlitsstofnun Evrópusambandsins, ESA, kvað á svipuðum tíma upp úr um það að höft á innflutningi á kjöti brytu í bága við gildandi samninga Íslendinga við sambandið (Pressan.is, 2014). Hæstiréttur hefur nú vísað málínus til EFTA dómstólsins (Eyjan.is, 2015).

Viðmælendur mírir voru yfirhöfuð á móti innflutningi á landbúnaðaráfurðum og töldu margir að réttara væri að skapa umhverfi sem gerði litlum og meðalstórum fyrirtækjum í matvælaframleiðslu kleift að starfa út um allt land. Í Bændablaðinu 12. febrúar s.l. kom fram að á árinu 2014 hafi influtningur á kjöti aukist um tæp fjörutíu prósent frá árinu áður (Hörður Kristjánsson, 2015, bls. 2). Það sýnir að þrátt fyrir umræðu í fjölmöldum um mögulegar hættur af innfluttu kjöti fyrir heilsu dýra og manna, fyrirvara um innflutning á hráu kjöti í íslenskri löggjöf og minni lyfjanotkun í landbúnaði á Íslandi en í nágrannalöndunum, eykst innflutningur á kjöti jafnt og þétt. Skýringin á því liggur m.a. í auknum ferðamannastraumi, sem og breyttu neyslumynstri landsmanna (Hólmfríður Þorgeirsdóttir o.fl., 2011). Könnun sem Capacent gerði fyrir Bændasamtökin 2013 sýnir að

meirihluti Íslendinga er á móti innflutningi á hráu ófrosnu kjöti. Konur eru frekar á móti því, einnig fólk á landsbyggðinni, en athygli vekur að eftir því sem menntun eykst hefur fólk minni áhyggjur af innflutningi á kjöti (Bændasamtök Íslands, 2013). Í dag er staðan sú að skortur er á innlendu nautakjöti (RÚV e.d.-c) og hefur það að sjálfsögðu áhrif á innflutningstölur.

Brynja kaupir allt nautakjöt sem hún býður fram á Hraunsnefi beint frá bændunum á Glitstöðum í Norðurárdal. Hún segir að eftir að þau byrjuðu á því þá var „bara ekkert aftur snúið“ (rannsóknarnótur 4, bls. 3). Að hennar sögn er kjötið frá Glitstöðum af mun meiri gæðum en það sem hún kaupir í verslunum og hún telur að yfirhöfuð séu íslensk matvæli betri en erlend. Þetta eigi sérstaklega við um kjöt: „Íslenskt nautakjöt er svo margfalt betra heldur en það sem maður er að kaupa innflutt“ (bls. 17). Hún sagðist ekki hafa varað sig á því þegar hún hóf reksturinn hve mikið af kjöti á markaði er innflutt og telur að það skorti mjög á upprunamerkingar matvæla hjá birgjum og í verslunum. Þá sé mikilvægt að þekkja það hvernig matvælin eru meðhöndluð hjá vinnslum:

Þetta var þannig að við, einhverntímann þurftum svo að taka frá kjötvinnslunni, bara eitthvað annað kjöt af því það kláraðist eða eitthvað svona og það var bara alveg sko *allt* annað. Og ég hringdi og kvartaði við kjötvinnsluna, hvað væri að, af hverju þetta kjöt væri svona. Og þá sagði hann einmitt við mig „ja þú ert bara svo góðu yön“. Og það er bara þannig, þegar þú ert að fá kjöt sem þú veist hvaðan kemur og veist hvað er á bak við að það er bara allt annað hráefni
(rannsóknarnótur 4, bls. 3).

Við lentum í því að kaupa lambakjöt sem var allt búið að sprautusalta. Ég var bara alveg í sjokki því kjötið var bara ónothæft miðað við það sem ég var yön að fá. Það var bara lambalæri. Og ég var svo svekkt af því að ég [hélt] að ef það væri íslenskt að þá væri það í lagi. En það er ekki lengur
(rannsóknarnótur 4, bls. 18-19).

Það voru fleiri en Brynja sem komu inn á þennan þátt og mikilvægi þess að þekkja til birgja og vita hvað verið er að kaupa og margir töldu að þekking á uppruna hráefnanna og meðhöndlun þeirra væri eina leiðin til þess að tryggja gestum gæði úr eldhúsini.

Viðtalið við Brynju var tekið að haustlagi 2013 og nokkrum mánuðum síðar varð uppi fótur og fit í íslenskum fjölmíðlum vegna innflutnings á írsku smjöri, svínasíðum og kartöflum (RÚV, e.d.-b) þar sem ekki var getið upprunalands á umbúðum. Í umræðunni kom meðal annars fram það viðhorf að verið væri að blekkja neytendur sem keyptu matvörurnar í þeirri góðu trúa að þær væru íslenskar (RÚV, e.d.-a). Málið var einnig athyglisvert í ljósi þess að töluluvert var flutt út af skyri á svipuðum tíma (Viðskiptablaðið, 2014).

Guðni Ágústsson fyrrverandi landbúnaðarráðherra og framkvæmdarstjóri Samtaka afurðastöðva í mjólkuriðnaði á þessum tíma, taldi reyndar að það væri í lagi að flytja inn

smjör frá „vinum okkar írunum“ (Tíminn, e.d.) og þó ýmsir nýttu tækifærið til þess að mótmæla tollum á innflutnum landbúnaðarvörum (Atli Fannar Bjarkarson, 2014), mátti skilja á Einari Sigurðssyni forstjóra MS, sem flutti inn smjörið, að þetta væri allt í lagi vegna þess að bragð og áferð írska smjörsins væri svo lík því íslenska (RÚV, e.d.-a). Þetta má skilja sem svo að þó innflutningur á landbúnaðarafurðum sé ekki góður kostur að mati Guðna og Einars þá sé ekki sama hver uppruninn sé og það er áhugavert að velta því fyrir sér af hverju írskar landbúnaðarvörur fá svo mildan dóm í orðum þeirra. Fyrir utan augljósa hagsmuni, er hugsanlegt að ímynd Írlands sé ekki ólík ímynd Íslands; smáríki og Norður-Atlantshafseyja, þó hún tilheyri ekki *Norðurslóðum* samkvæmt skilgreiningu (Norðurslóðanet Íslands, án árs-a). Saga Íslendinga og Íra fléttast saman í gegnum aldirnar (Soffía Guðný Guðmundsdóttir og Laufey Guðnadóttir, 2010) og um sameiginlegar rætur þjóðanna má m.a. lesa í Íslendingasögum (Laxdælasaga, 1920).⁴² Því má hugsa sér að þjóðirnar eigi sér saman „stað“ í sögunni og að taugar margra Íslendinga til Írlands séu því sterkari en til ýmissa annarra þjóða. Innflutningur á ferskum matvælum þaðan sé því „skárri“ en margt annað – til þess vísa orð Guðna um vini okkar Írana í öllu falli.

Þau viðbrögð sem almenningur sýndi, þegar upp komst um innflutning þessara matvæla, án þess að upprunalands væri getið – og þær jafnvel „dulbúnar“ sem íslenskar – vísar í mikilvægi uppruna og framleiðslustaðar matvæla í hugum samtímafólks. Jón Þór Pétursson (2013) kemur inn á það hvernig staðbinding matvæla – jafnvel þó staðurinn sé langt í burtu – sé hluti af því að byggja upp traust hjá neytendum gagnvart matvælunum. Hið gagnstæða er þá til þess fallið að rýra traust neytenda líkt og dæmið að ofan sýnir. Það virðist þó vera stöðug tilhneiting til þess að teygja mörk upprunans (sbr. Guðni og Írarnir, Einar og áferðin) í hagnýtum tilgangi. Þannig getur sviðsetning staðbundinna matvæla bæði verið pólitisk og þjónað hagsmunum markaðsafla eða verið verkfæri í ímyndarsköpun sem er ekki endilega bundin raunveruleikanum, sbr. umræðu í upphafi kaflans.

Viðmælendur mírir leggja áherslu á að nýta eins og hægt er hráefni úr næsta nágrenni í ferðabjónustuna, þó ekki tali allir um staðbundin matvæli. Viðtölin leiddu þó í ljós að hagræðing í matvælaframleiðslu og ýmiskonar markaðsaðstæður, hafa orðið til þess að ekki er alltaf hægt að rekja uppruna íslenskra matvæla. Í opinberri umræðu undanfarin ár hefur mikið verið talað um mikilvægi þess að leggja áherslu á íslensk og héraðsbundin

⁴² Í Laxdælasögu segir m.a. frá Helga magra sem var sonur Eyvindar austmanns og Raförtu dóttur Kjarvals Írakonungs – og Melkorku, frillu Höskuldar Dala-Kollssonar, sem var dóttir Mýrkjartans konungs á Írlandi.

matvæli. Um leið fækkar vinnslustöðvum hráefnis um allt land og mikil hagræðing á sér stað á markaði. Þórólfur lýsir þessum aðstæðum þannig:

Ja hvað er staðbundinn matur í Skagafirði? Jú kartöflurnar mínar eru staðbundinn matur, en ég veit ekki hvaðan lambakjötið kemur og hérna er stærsta sláturhús landsins [en] ég veit ekki hvaðan kjötið er. Það er ekki staðbundið. Fiskurinn, hann gæti ég þess vegna fengið frá Hornafirði þó hann sé framleiddur hér úr skagfirskum skipum. Af því segi ég það: ég lít á þetta sem eitt svæði – Ísland

(rannsóknarnótur 7, bls. 15).

Kela er tíðrætt um þetta matvælakerfið á Íslandi, sem hann telur þungt í vöfum og að miklu leyti stýrt af stórum fyrirtækjum á matvælamarkaði. Það geri það að verkum að erfitt geti verið að nálgast hráefnin og stærðin komi bæði niður á gæðum hráefnanna og þjónustu við viðskiptavini, m.a. ferðaþjónustuaðila. Það gildi annað hvað varðar fisk, því smábátaútgerðin selur sinn fisk á fiskmörkuðum og það auðveldi viðskiptavinum að kaupa fiskinn nánast „beint úr báti“ (rannsóknarnótur 3, bls. 28). Hann skiptir því helst við lítil matvælafyrirtæki eða einstaklinga – milliliðalaust. Gefum Kela orðið:

Það er bara ekkert eigandi við stóru vinnslurnar, það eru bara stórfyrirtæki sem maður svona, hefur netta andstyggð á og eru bara ekki að gera nógu vel. Hérna áður fyrr keyptum við lambakjötið í Borgarnesi, þar var útibú og sláturhús og þar þekkti maður náttúrulega þá sem voru að afgreiða og „já heyrðu ég ætla að fá fimm læri og þú veist hvernig ég vil þau er það ekki?“ En þegar kemur einhver sölumaður og þetta fer í gegnum þrjár deildir og þú veist, maður er svo ekki glaður með það [vöruna], þá getur þetta átt sig. Og hérna það er í öllum bransa og viðskiptum að því lægra verð því meira drasl ertu að fá

(rannsóknarnótur 3, bls. 16).

Keli er afdráttarlaus í skoðunum, en fleiri taka undir með honum og tala um að stóru fyrirtækin „einhvern vegin eiga mann bara“ eins og einn viðmælandi orðaði það. Þessi fyrirtæki sæki í að gera samninga sem hefti viðskipti við önnur fyrirtæki og komi í veg fyrir eðlilega samkeppni. Þá sé mikið um að heildsalar bjóði einfaldar lausnir og „pakkadíla“ (sjá m.a. rannsóknarnótur 1, 4, 9, 10 og 14) sem gjarnan séu innfluttir hálf tilbúnir réttir eða frosið bakkelsi og brauð. Einn viðmælandi orðar það svo að það séu „sterk öfl“ að verki á matvælamarkaði sem eigi miklum hagsmunum að gæta „og gera það með kjafti og klóm“. Og Keli beinir talinu að neytendum:

Það er eitthvað mikið bogið við þetta matarstúss á Íslandi. Það er þessi fáránlega ást okkar á fákeppni. Við bara rifumst um það í athugasemdakerfi DV og gerum ekkert meira. Og fólk talar ofboðslega illa um stóru fyrirtækin og einokun og þetta allt saman, en það aktar ekki á því! Það verslar ekki við hinn

(rannsóknarnótur 3, bls. 17).

Þarna kemur Keli inn á málefni sem oft eru í umræðunni, meðal annars varðandi staðbundin matvæli. Erlendar rannsóknir hafa sýnt að hentugleiki, t.d. fjarlægð í matvöruverslun og opnunartími, sem og verð vörunnar skipta miklu máli fyrir kaup á staðbundnum matvælum – jafnvel þó hugsjónin sé sú að kaupa slík matvæli (Blake, Mellor og Crane, 2012). Hérlandar rannsóknir hafa auk þess bent til þess að fólk neytir frekar staðbundinna matvæla þegar það er á ferðalag en heima fyrir (Laufey Haraldsdóttir, 2009; Þórildur Ósk Halldórsdóttir o.fl., 2012). Keli heldur áfram að lýsa kerfinu sem hann telur ferðaþjónustuna meðal annars búa við:

Við erum búin að fyrirtækjavæða okkur. Þú átt að vera tryggur þínu fyrirtæki og málið er dautt. Og þetta eru viðskiptahættir sem mér finnst hryllilegir, en eru látnir viðgangast á Íslandi eins og ég veit ekki hvað og við bókstaflega, þjóðin elskar þetta, hlýtur að vera. Það hamast í mér á hverju ári slatti af fyrirtækjum sem vill gera við mig sölusamninga um heildarlausnir í drykkjum, allt frá kaffi og uppí vínið. Og þá er það sett þannig upp að ég hljóti að græða svo mikið við að versla við þá útaf einhverjum afsláttum – og ég á að horfa framhjá því ef annað hvort gosið, vínið, bjórinn eða kaffið er vont, bara að þvæla því í gestina. Ég tek ekki – ég tek ekki þátt í þessu!

(rannsóknarnótur 3, bls. 28).

En þessir hættir – að gera allt svona, þetta er algerlega að sliga matvælaiðnaðinn hérra og gerir það að verkum að það er rosalega auðvelt að vera bara með einhverja frosna vöru innflutta sem veitingamaður, af því að íslenska kerfið fúnkerar ekki [...] svona er matvælaiðnaðurinn allur og af því að hann er svona þá erum við sem erum að selja mat dæmd til þess að að vera með fábreytta hluti

(rannsóknarnótur 3, bls. 29-30).



Mynd 17. Ostur í Vogafjósi úr eigin framleiðslu. Mynd: Laufey Haraldsdóttir

Þó fæstir væru svo afdráttarlausir í tali og Keli, voru ýmsir sem komu inn á þessa þróun í matvælakerfinu og smásölunni. Ýmsir nefna líkt og Keli auðvelt aðgengi að innfluttum, hálftilbúnum mat sem þeim er boðið á góðu verði fyrir ferðaþjónustuna. Slíkt sé keyrt heim að dyrum hjá þeim þar sem heildsalar eru duglegir að ferðast um landið og bjóða auðveldar lausnir. Öðru máli gegni um staðbundin mat, eða

matvæli sem búin eru til í smáum stíl (sjá mynd 17). Matvælakerfið hafi frekar tilhneigingu til þess að vinna á móti þeim sem vilja framleiða og nýta staðbundin mat og smáframleiðslu. Þessi „öfl“ hafi áhrif á leyfisveitingar, hvaða reglur gildi o.s.fr. Þannig sé fólk svolítið haldið niðri „í staðinn fyrir að leyfa fólk að reyna sig áfram og prófa, þannig að fólk fái að vera svolítið sjálfbært með sína framleiðslu“ (Eva, rannsóknarnótur 14, bls. 7).

Meintar reglugerðarhömlur ber oft á góma og viðmælendur míni telja ýmiss ljón á vegi þeirra sem vilja fara í nýsköpun í framleiðslu matvæla. Þetta eigi sérstaklega við um smærri aðila og um heimatilbúinn vanda sé að ræða. Einn viðmælandi minn orðaði það sem svo að ekki væri hægt að kenna reglugerðum Evrópusambandsins um allt sem miður fer í þessum málum.



Mynd 18. Sultur frá nágranna til sölu á Geitafelli. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

Í skýrslu sem gerð var fyrir grasrótarhreyfinguna *Beint frá býli* árið 2011 var ein megin niðurstaðan að nægilegt rými sé innan evrópsku matvælalöggjafarinnar, sem gildir á Íslandi, til þess að móta séríslenskt kerfi varðandi heimavinnslu, smáframleiðslu og framleiðslu á hefðbundnum íslenskum afurðum. Mælt er með því að það verði gert (Húni Heiðar Hallsson o.fl., 2011, bls. 69). Ekki mun hafa orðið af því ennþá, en smáframleiðsla matvæla hefur engu að síður aukist hér á landi, líkt og sjá má af úrvalinu á

árlegum matarmarkaði Búrsins í Höru (Bændablaðið, 2015). Ekki er óalgengt að sjá slíkar vörur í tengslum við ferðaþjónustu (sjá mynd 18 og 19), bæði framleiðslu viðkomandi ferðaþjónustuaðila og vörur sem hann selur frá öðrum.

Sigrún í Dæli kemur inn á dýravernd í tengslum við landbúnað og opinbera kynningu á íslenskum matvælum. Hún segir mikilvægt að við séum samkvæm sjálfum okkur þegar við töldum um hreinleika og gæði – og dýravernd sé hluti af því. „Ekta“ íslenskur landbúnaður sé sauðfjárrækt, hrossabúskapur og nautgripahald, það er að segja hjá þeim bændum sem hleypa kúnum út. Hún segist vita til þess að í einhverjum tilvikum séu bændur sem hleypa kúnum aldrei út undir bert loft og að hennar mati er slíkt verksmiðjubúskapur og ekki hægt að tengja við náttúru. Sauðfjár-, hrossa- og hefðbundnum kúabúskap sé að miklu leyti hægt að tengja við náttúru og þá hreinleika og gæði.

Náttúrulega ekki kjúklinga og svín það er nú bara verksmiðjuframleiðsla sko. Það hefur ekkert með náttúru að gera. Þetta eru dýr sem eru alin á básum og í þróngum búrum. Bara [við] ómannuðlegar aðstæður. Ég er eiginlega, ef það væri ekki bara verið að spyrja eftir kjúkling þá myndi ég helst ekki vilja hafa hann [á matseðli]. Ég ákvað hérna að hætta að kaupa svínakjöt út af

geldingum. Þeir [svínabændur] bökkuðu með það en ég vil að þeir hætti að hafa gylturnar á svona þróngum básum. Ég ætla ekki að versla svínakjöt

(rannsóknarnótur 10, bls. 15).

Í samræðum okkar Sigrúnar um opinbera kynningu á íslenskri matvælaframleiðslu og mat, telur hún að í heildina sé hægt að tengja íslenskan landbúnað við náttúru, „en við megum náttúrulega ekki ljúga að fólk“ (rannsóknarnótur 10, bls. 18).

Í fyrrnefndu viðtali við Áslaugu Þ. Guðjónsdóttur, verkefnisstjóra hjá Íslandsstofu, segir hún:

Ísland er matvælaframleiðsluland, en lítið þekkt sem slíkt. Við þurfum því að vera dugleg í því að kynna okkur. Það felast gríðarleg tækifæri í því að kynna íslenskt hráefni, mat og matarmenningu – segja söguna af hefðum, nýsköpun, nýtingu orkunnar, náttúrunni og mörgu öðru

(Sigurður Már Harðarsson (smh), 2014).

Viðtalið endurspeglar efni einblöðungsins sem kynntur er í upphafi kaflans, enda Áslaug ábyrgðarmaður hans. Í viðtalinn greinir Áslaug frá áhuga Íslandsstofu á því að koma Íslandi á kortið sem matvælaframleiðslulands og hvernig hún sér tækifærin sem felast í því að fléttu inn í þá hugmynd náttúru og menningu landsins, í sögu og samtíð. Hér á Áslaug við bæði útflutning matvæla og markaðssetningu hérlandis í ferðaþjónustu.

Guðný nefnir að ef til vill þjónaði ekki tilgangi að kynna landbúnaðaráfurðir sem útflutningsvöru því framleiðslan sé svo takmörkuð. Hún tekur hins vegar undir það viðhorf Áslaugar að það mætti kynna íslenskann mat mun meira í tengslum við ferðaþjónustu, bæði í markaðssetningu erlendis og innanlands. Þetta sem Guðný nefnir tengist með óbeinum hætti útflutningi á íslenskum matvælum. Færa má rök fyrir því að lambakjöt eða skyr sem selt er ferðamanni hérlandis – sem borgar fyrir hana í evrum eða dollarum – sé „útflutningsvara“ og þá ferðaþjónustan „útflutningsgrein“ – hún er jú gjaldeyrisskapandi. Hvað sem því líður spilar þetta tvennt saman og gott orðspor íslenskra matvæla erlendis ætti að hafa jákvæð áhrif á ferðaþjónustu hérlandis.

Ólöf er gagnrýnin á framgang opinberra aðila í kynningu á íslenskum mat. Hún segir yfirvöld mega gera meira af því að kynna íslenskan mat við opinberar móttökur, ráðstefnur og annað slíkt. Ekki sé nóg að það séu bara hráefnin sem eru íslensk, veitingarnar megi ekki vera of alþjóðlegar því þá missi kynningin marks. Og Ólöf leggur til málanna:

Veistu það, ég held þau [ferðamálayfirvöld] séu bara ekkert að markaðssetja hann, eða mjög lítið og ég held þetta sé – ég held að þetta sé stórt og mikil tækifæri. Vegna þess að að matur er svo stórvænt af ferðamanninum, ég held það, og ég held að við höfum alveg ofboðsleg tækifæri en ég held að þessu hafi ekkert verið sinnt af neinu viti

Látum þessi orð Ólafar verða lokaorð í greinargerð minni um íslenska matvælakerfið og viðhorf heimildamanna minna til þess og opinberari kynningar á íslenskum mat. Í kynningarefní Íslandsstofu og orðum viðmælenda minna um íslensk matvæli er náttúran kyndilberinn og hreinleiki hennar gulleggið – en það er einnig vísað í uppruna, sögu og hefð. Ólöf skar sig nokkuð úr hópi viðmælenda minna þar sem hún er ófeimin að nýta mat sem telst til hefðbundinna matvæla hérlandis – meðhöndlud og framreidd með hefðbundnum hætti – eins og taðreyktan silung og hangikjöt, hverarúgbrauð og fjallagrasaflatbrauð. Í Vogum fer þó einnig fram nýsköpun í smáframleiðslu matvæla, svo sem ostum, sultum, hangipylsu⁴³ og hvannarsnafs svo eitthvað sé nefnt. Að tengja saman hefðir og nýsköpun í matargerðinni má reyndar segja að sé leiðarstef hjá viðmælendum mínum, á svipaðan hátt og tengsl við hreinleika íslenskrar náttúru. Menningin og þjóðin er heldur ekki langt undan.

Matur og þjóð

Fyrir nokkrum árum var brugðust hart við þegar heilbrigðiseftirlitið stoppaði sölu á heimabókuðu bakkelsi sem selja átti í góðgerðarskyni (Pressan, 2011). Fólk þótti vegið að heiðri íslenskra húsmæðra og kvenfélagskvenna, auk þess sem verið væri að skerða möguleika íþróttafélaga og ýmissa góðgerðarsamtaka – líkt og kvenfélaga – til fjárlunar. Fjörugar umræður spunnust í netheimum og fólk kenndi ýmist stjórnvöldum eða Evrópusambandinu um þessi ósköp. Meðal annars var lagt til í athugasemdum við ofangreindri frétt að við (íslensk þjóð) léturn öðrum um að vera í Evrópusambandinu – “því við værum sjálfstæð þjóð” (Hjörðís Björk Bjarkadóttir). Annar skrifar “ég sem hélt að Ísland væri sjálfstætt land” (Þorsteinn Hrannar Svavarsson). Í Bændablaðið skrifaði eyfirk húsfreyja og sprýr „hvar stóð vagga íslenskrar menningar?“ (Valgerður G. Schiöth, 2011). Hún svara því sjálf og segir það hafi verið inni á heimilunum, þar á meðal í eldhúsinu. Hún telur að heilbrigðisfulltrúum sé ekki ljúft að framfylgja þessum reglum „sem eru á skjön við þjóðarsálina“ (sama). Matur – og frelsi í framleiðslu og viðskiptum – skiptir sem sagt máli fyrir sjálfstæði þjóðar og er jafnvel hluti af „þjóðarsálinni“. Valgerður útskýrir ekki frekar hvað hún á við með „þjóðarsál“, en lesa má út úr orðum hennar að það sé eitthvað sem fylgt

⁴³ Hangipylsur eru pylsur sem Ólöf býr til úr taðreyktu hangikjöti af bænum.

hafi þjóðinni í gegnum tíðina⁴⁴ og sé eitthvað sem einstaklingarnir, sem tilheyra þjóðinni, eigi sameiginlegt. Þetta samræmist kenningum þjóðfræðingsins Dorothy Noyes, sem segir ímyndina um það sem hópurinn á sameiginlegt búa til sjálfsmýnd hópsins (Noyes, 2003, bls. 11). Benedict Andersson (2006) segir mörk hópa vera ímyndun eina, en þau séu gerð raunveruleg með daglegum athöfnum og ýmiss konar táknum. „Þjóðarsálin“ er þá (ímyndað) tákni þjóðarinnar – eitthvað sem íslenskar konur (og karlar) hafa borið kynslóð fram af kynslóð. Heimabakað bakkelsi er þá í þessu tilfelli holdgervingur „þjóðarsálarinnar“.

Hugmyndir um frelsi og þörfina á samstöðu sem forsendu fyrir sjálfstæði Íslendinga, heyrist alltaf öðru hvoru í þjóðfélagsumræðunni – bæði frá hinu opinbera og almenningi. Það birtist meðal annarrs í viðtolunum, líkt og greint er frá hér að framan, þar sem viðmælendur mírir töldu matvælakerfi samtímans vera hamlandi. Fæstir nefndu sjálfstæði þjóðarinnar í því sambandi, en Svanhildur víkur þó að því:

Ég held líka bara að framundan, þú veist, að þá verði þessi matvælaframleiðsla okkar: landbúnaður og fiskveiðar, verði alltaf mikilvægari og mikilvægari fyrir okkur sem þjóð – og sem sjálfstæð þjóð. Sem bara þarf að vera sjálfum sér næg um mat – og ekki bara með einhvern mat, heldur erum við bara mjög heppin

(Svanhildur, rannsóknarnótur 2, bls. 9).

Þessi orð Svanhildar um tengsl eigin matvælaframleiðslu og sjálfstæði þjóðarinnar, eiga samhljóm í umræðu sem verið hefur í samfélaginu um nokkurt skeið og tengist reyndar alþjóðlegri umræðu um fæðuöryggi⁴⁵ (WHO, án árs). Þessi umræða hérlendis var áberandi eftir „hrunið“ 2008, vegna hindrana á innflutningi áburðar og annarra aðfanga til landbúnaðar á þeim tíma. Ólafur Ragnar Grímsson forseti gerði fæðuöryggi að meginuppistöðu ræðu sinnar við setningu Búnaðarþings þetta ár, þar sem hann kallar eftir samstöðu um „sáttmála sem tryggir í framtíðinni fæðuöryggi Íslendinga“ (Ólafur Ragnar Grímsson, 2008). Forsetinn líkir slíkum sáttmála við það þegar forræði yfir fiskimiðum var tryggt með útfærslu landhelginnar og er nokkuð tíðrætt um eðli, rætur og þrautseigju Íslendinga í því samhengi. Í máli Ólafs kemur fram að mikilvægt sé að styrkja undirstöður

⁴⁴ Valgerður segir meðal annars: „Í gegnum aldirnar tókst íslenskum konum að elda og baka ofan í þessa þjóð við margfalt verri aðstæður en þær sem við sjáum á hverju heimili í dag“ (Valgerður G. Schiöth, 2011).

⁴⁵ Sveinn Margeirsson, forstjóri Matís ohf, skilgreinir fæðuöryggi sem það hvort til sé nægilegt magn af matvælum, hvort næringargildið sé rétt og hvort þau séu heilnæm og örugg til neyslu (Sveinn Margeirsson, 2013).

matvælaframleiðslu hérlendis, svo fæðuöryggi sé tryggt. Stefán er ekki sammála þessu og bendir á sérstöðu Íslands vegna legu landsins og telur umræðuna ekki alltaf á réttri braut:

Eitt af því sem ég er mjög ósáttur við er þessi umræða um fæðuöryggi, mér finnst svo ósanngjörn og örökrett að tala um þetta sem fæðuöryggi. Að við þurfum að framleiða vöruna innanlands vegna fæðuöryggis. Þetta er bara svo mikið rugl. Bara um leið og það fer sía í traktornum hérna hjá nágranna mínum eða það vantar eina pakkningu í róbótinn þá er bara stopp. Ef að það er ekki lengur hægt að fara á milli landa vegna hamfara eða stríðs þá bara stoppar allur búskapur eftir smá tíma. Þannig að ef að við ætlum að vera sjálfum okkur samkvæm þá verðum við bara að fara aftur í nánast hestaverkfæri

(rannsóknarnótur, 8, bls. 39).

Að tryggja öruggt aðgengi Íslendinga að matvælum á hverjum tíma getur verið flókið mál eins og Stefán bendir á. Tengingin við samtöðu og sjálfstæði þjóðar, til þess að réttlæta aðgerðir sem miða að auknu fæðuöryggi, ber með sér angan fortíðar – líkt og birtist í orðum Ólafs Ragnars hér að framan. Ræturnar liggja í fortíðinni og í sveitum landsins (sem stundum eru líka í fortíðinni), því þar fer mikilvægur hluti matvælaframleiðslunnar fram. Þaðan sprettur líka menningin „sem fóstruð var í byggðum landsins“ (Ólafur Ragnar Grímsson, 2008) og er inngróin eðli Íslendinga – enn ein táknmyndin sem líkt og þjóðarsálin tekur þátt í að raungera mörk hópsins.

Guðmundur Háldánarson gerir grein fyrir því í bók sinni *Íslenska þjóðríkið – uppruni og endimörk*, að tungumálið og sagan hafi verið aðal sameiningatákn þjóðarinnar á tímum sjálfstæðisbaráttu og nútímovæðingar samfélagsins (Guðmundur Háldánarson, 2007, bls. 197). Hvorutveggja tengdi líðandi stund við fortíð og „sýndi fram á“ sameiginlegan uppruna og örlög eyjaskeggja. Þessar hugmyndir voru ekki séríslenskar, heldur afsprengi þjóðernisstefnunnar í Evrópu á 18. og 19. öld, sem eins og fram hefur komið átti rætur að rekja til kenninga þjóðfræðingsins Johan Gottfried Herders um þjóðmenningu og þjóðríki. Guðmundur bendir á í bók sinni að hnattvæðingin hafi orðið til þess að menn samræmdu bæði tímann og rúmið á veraldarvísu. Það hafi breytt hugmyndum fólks um heiminn, gert því kleift að líta á hann sem eina heild. Aukin tölvu- og tæknivæðing ýtir undir þá skynjun. Vegna þessa geti verið erfitt að viðhalda þeirri hugmynd að hópur sem kallar sig þjóð sé mjög líkur innbyrðis og ólíkur öðrum hópum eða þjóðum. Fólk upplifir sig meira og meira sem hluta af heiminum og mannkyninu öllu, ekki bara minni hópum með skýr mörk gagnvart öðrum hópum (2007, bls. 229). Umhverfismál, hryðjuverk, straumur flóttafólks og efnahagskreppur sem breiðast út um heiminn, eru dæmi um sameiginleg verkefni sem mannkynið allt þarf að takast á við og hugmyndir um heimsminjar sem sameiginlegan arf mannkynsins örvar

samkennd heimshorna á milli. Alþjóðlegar stefnur og straumar í matargerð smækka líka heiminn, hnattvæða staðbundna matargerð og staðbinda þá hnattrænu.

Það eru þó ákveðnar mótsagnir í þróuninni því þrátt fyrir að heimurinn minnkj, samfélög verði fjölbjóðlegri og mannkynið takist á við sameinginleg mál, hefur þjóðernishygga aukist að sama skapi, ekki síst í kjölfar efnahagsþreingingu í Evrópu (Eger og Valdez, 2014). Þessi þróun endurspeglast m.a í evrópskum stjórnmálum samtímans þar sem hver þjóðernisflokkurinn á fætur öðrum hefur sprottið upp síðustu misserin eða gengið í endurnýjun lífdaga. Fræðimenn sem skrifað hafa um hnattvæðingu og áhrif þess á fólk í nútímanum eru margir sammála því að þróun til nútíma, með hnattvæðingu og tæknundrum, hafi leitt til ótta og vantrausta hjá fólk (sjá m.a. Anthony Giddens, 1991, bls. 38; Ó Giolláin, 2000/2007, bls. 166-177; Ulrich Beck, 2007, bls. 46-51). Aðgerðir til þess að takast á við sameiginleg verkefni mannkyns, líkt og þau sem nefnd eru hér að ofan, viðhaldi í raun óöryggini og óttanum (Beck, 2007, bls. 24). Hin ímynduðu mörk þjóða geta í þessu samhengi skapað (ímyndað) öryggi. Með því að kalla eftir samstöðu þjóðar til þess að tryggja fæðuöryggi hennar – og vísa í rætur og eðli í því sambandi – er verið að skýra mörk hópsins og kalla eftir sameiginlegum aðgerðum til þess að takast á við þessa nýju ógn sem blasir við. Með þessu orðum vill Ólafur hafa áhrif á það hvernig áheyrendur hans (bændur) skynja heiminn og stöðu sína í honum (sbr. Bourdieu um notkun tungumálsins, 2006). Þeir eru mikilvægir gerendur í þeim aðgerðum sem þjóðin stendur frammi fyrir. Tengingin við fortíðina endurskapar sameiningartákn sjálfstæðisbaráttunnar.

Í síðustu kosningum til Alþingis hér á landi árið 2013, þótti bregða við meiri þjóðerniskennd en verið hafði um nokkurt skeið í íslenskum stjórnmálum (Una Sighvatsdóttir, 2013). Var ekki laust við að mönnum þætti þjóðinni svipt aftur í tímann og að ungmennafélagsandinn svifi yfir vötnum. Í stjórnarsáttmála Framsóknarflokks og Sjálfstæðisflokks stendur m.a. þetta:

Íslensk þjóðmenning verður í hávegum höfð, að henni hlúð og hún eflid. Áhersla verður lögð á málvernd, vernd sögulegra minja og skráningu Íslandssögunnar, auk rannsókna og fræðslu. Ríkisstjórnin mun vinna að því að auka virðingu fyrir merkri sögu landsins, menningu þess og tungumálinu, innanlands sem utan

(Stjórnarráð Íslands, 2013).

Líkt og sést í þessari tilvísun í stjórnarsáttmálann bregður fyrir áherslum sjálfstæðisbaráttunnar, þar sem tungumálið og sagan eru í forgrunni. Ríkisstjórnaroddvitarnir eru á svipuðu róli og Ólafur Ragnar í táknflæðinu og upphefja ákveðna þætti úr fortíðinni



Mynd 19. Sigmundur Davíð og Bjarni gæða sér ásykruðum pönnukökum við mótnu stjórnarsáttmála á Þingvöllum 2013.

sem marka eiga skil hópsins. Þeir Sigmundur Davíð og Bjarni létu ekki sitja við orðin tóm heldur snæddu þjóðlegt bakkelsi við gerð sáttmálans (sjá mynd 19). Hið þjóðlega bakkelsi voru m.a. pönnukökur, vöffur og soðbrauð, eitthvað sem vissulega hefur talist til þjóðlegra rétta þó tæplega sé um séríslenskt kaffibrauð að ræða. Brauðið verður í þessu tilviki þjóðartákn (eða þjóðarsálin holdgerð), nýtt í pólitísku tilliti og til þess að undirstrika að ráðherrarnir bera hag lands og þjóðar fyrir brjósti.

Þjóðlegur matur flokkast gjarnan undir menningararf, sem er fyrribæri sem tengt er hugmyndum um hvað einkenni þann hóp sem það tilheyrir. Ég spurði Svanhildi hvort okkur bæri skylda til þess að viðhalda hefðum í matargerð:

já mér finnst það nú. Mér finnst það bara vera hluti af menningarfinum og - já mér finnst það. Svo verður auðvitað bara hver og einn að finna sinn farveg í því sko. Mér finnst ég samt ekkert vera að bregðast neinum skyldum, skiluru, [þó] ég geri það ekki

(rannsóknarnótur 2, bls. 10).

Svanhildur telur sig ekki nýta hefðir í matargerð, en þegar við höldum áfram að ræða hefðina kemur þó í ljós að hún er með kæfu og rúllupylsu á morgunverðarborðum, sem hún tengir „gómlum matarhefðum“ (sama, bls. 11). Þá nýtir Svanhildur ýmsar uppskriftir sem fylgt hafa fjölskyldunni og aðrar sem hún hefur „baulreynt sjálf“ (sama, bls. 11). Það má eiginlega segja að hefðirnar hafi verið í skugganum, en sprottið fram í dagsbirtuna í samtali okkar Svanhildar.

Bryndís Björgvinsdóttir þjóðfræðingur segir menningararf „standa öðrum fæti í fortíðinni“ þar sem hann snýst um varðveislu þess sem tilteknir hópar erfa frá fyrri kynslóðum (2010, bls. 103) – líkt og uppskriftir og aðferðir við pönnukökubakstur. Bryndís segir hefðir og siði, líkt og annan menningararf, vera fyrribæri sem til verður í tilteknu menningarlegu samhengi. Þetta geti verið hlutir, ummerki eða atferli sem vísar til fortíðar og þykir jafnvel endurspeglar hana (bls. 102) – líkt og uppskriftir eða verklag í matargerð. Á tínum þjóðháttasafnaranna var talað um hefðir sem leifar úr fortíð og þjóðfræðingar trúðu því að þær hefðu haldist lítið breyttar eða óbreyttar kynslóð fram af kynslóð. Þjóðfræðingarnir Richard Handler og Jocelyn Linnekin segja hefðina einungis vera til vegna

þess að hún er í stöðugri endurframleiðslu. Sú framleiðsla byggir á því að hefðin er stöðugt endurtekin. Hins vegar sé hefðin ávallt ný, því umhverfi og aðstæður eru aldrei þær sömu (1984, bls. 286). Þannig tengist hefðin bæði fortíð og nútíð og er síbreytileg – í raun túlkun hvers og eins. Undir þetta tekur finnski þjóðfræðingurinn Pertti Anttonen (2005) sem segir hefðir skilgreindar í nútímanum og sú skilgreining byggji á því að gera hefðina að andstæðu nútímans – búa til andstæðuvensl á milli þeirra. Hann færir rök fyrir því að nútímaþjóðríki hafi verið mótuð með því að skilgreina hvað tilheyrði hefðum þjóðríkisins og tengja þær við fortíð. Að eiga hefðir í fortíðinni skilgreindi þjóðirnar sem nútímaríki.

Heimildamenn mínir hikuðu flestir við að tengja matreiðslu sína við íslenska hefð í matargerð. Þeim er þó mörgum umhugsáð um að hefðum sé haldið til haga, „til að segja sögu þjóðarinnar“ eins og einn viðmælandi orðaði það. Þannig vísa viðmælendur í hefðina sem leifar fortíðar (sögunnar) líkt og þjóðháttasafnararnir gerðu. Stefán setti til að mynda fyrirvara við hugmyndir um þjóðarrétt, sem hann líkt og flestir aðrir viðmælendur tengdi við fortíð og hefð. Hann taldi það afar snúið að skilgreina hvað væri raunverulega íslenskt og íslensk hefð í matargerð. Hugsanlega væri það súrmatur eða skyr eins og það var gert áður fyrr, en alls ekki þetta „gerviskyr“ sem er á markaðinum í dag. Hann varaði við að blekkja ferðamenn með því að selja þeim hefðir sem í raun og veru væru það ekki. Og hugmyndin um þjóðarrétt fannst honum í eðli sínu varhugaverð:

ég er nú orðin mjög skeptískur á þessa þjóðernis og þjóðræknisumræðu. Mér finnst menn fara mjög langt núna sérstaklega þessi misseri. Að allt skal vera íslenskt og þar fram eftir götunum (rannsóknarnótur 8, bls. 32).

Hefðin tilheyrir fortíðinni og að „selja“ hefðina í nútímanum er blekking. Flestir tengdu „gamal matinn“, þ.e. súrmat, súrt skyr, harðfisk og slátur við hefð – eitthvað sem ekki var á boðstólnum í þeirra ferðaþjónustu. Líkt og gerðist hjá Svanhildi, spratt þó hefðin fram þegar minnst varði – og gjarnan eftir því sem viðmælendur mínir færðu sig fram í tímann. Þannig varð sunnudagslambalærið – steikt á hefðbundinn hátt, rabarbarasulta, plokkfiskur, hjónabandssælur og hnallþórur að hefðbundnum íslenskum mat. Fólk var þá búið að afgreiða „gamla matinn“ sem eitthvað sem ekki er notað á nútíma ferðamannastöðum. Segja má að í orðum viðmælenda minna hafi falist gildirfelling á „gamla matnum“, sem ekki er bjóðandi ferðamönnum nema í mjög litlu mæli – þ.e. sem „smakk“ af fortíðinni – fjarri nútíma íslenskri matargerð. Það er sem sagt hægt að bjóða ferðamönnum upp á þennan mat

í „samþjöppuðu formi“ (Jón Þór Pétursson, 2009), en ekki til að mæta nútímakrökum um bragðgæði, hollustu og fagurfræði matarins.

Keli virðist hafa afar mótað viðhorf til hefðarinnar. Hann taldi ekki skynsamlegt að bera „út úr þjóðlegan“ mat á borð fyrir ferðamenn því þeir mundu bara „skrifa á Tripadvisor að þetta séu villimenn“ (rannsóknarnótur 3, bls. 35). Sem dæmi um „út úr þjóðlegan“ mat nefnir Keli sviðakjamma með rófustöppu. Hann lýsir notkun sinni á hefðinni þannig:

Þegar að ég tala um *tradisjonal food* við gestina, þá hugsa ég svona 100 ár aftur í tímann, og ég er t.d. með – einn mest seldi maturinn hérna er plokkfiskur, sem að ég segi – þá sjaldan að ég þjóna til bords og hef tíma til að spjalla við liðið, það er svona helst á jaðartímanum eins og núna – þá segi ég að þetta sé svona þjóðlegur verkamannaréttur. Sem að þetta er, þetta var, þú veist, plokkfiskur var eitthvað sem að var í útgerðarþorpunum mikið og var auðvelt að hita upp og, þú veist, éta í hádeginu. Plokkfiskurinn okkar er ekkert þjóðlegur að því leiti að við setjum ost á hann til dæmis, þá er farin úr honum hefðin, en hann er miklu skemmtilegri þannig. Við setjum líka fjórar ólífur oná, sem að var örugglega ekki gert fyrir þrjátíu árum. Við höfum heimabakað rúgbrauð með, sem að ýtir kannski undir þjóðlegheitin. En rúgbrauðið var meira með ýsunni heldur en plokkfiskinum sko, þannig að ég er búin að slíta þetta úr samhengi, en *samt* er grunnurinn þessi réttur skiluru

(rannsóknarnótur 3, bls. 34).

Í útskýringu Kela er hefðin grunnurinn – sem þau í Langaholti eru búin að setja í nýtt samhengi. Þau eru í raun að endurtaka hefðina, og þar með endurframleiða hana, sbr. Handler og Linnekin (1984). Að setja á fiskinn ost og fjórar ólífur er þeirra túlkun á plokkfisknum í samtímanum. Með því eru þau að aðlaga staðbundinn mat að hnattrænni eftirspurn í ferðaþjónustunni:

Við gætum ekki boðið öllum útlendingunum uppá þverskorna ýsu, við getum ekki einu sinni boðið börnunum okkar uppá hana. Þannig að við tökum svona, sálina úr því sem að við getum kallað hefð eða eitthvað sem lifir í minningunni og setjum það í nýjan búning. Og þetta er það sem að við gerum í lífinu við allt. Það er, að útsetja þjóðlag fyrir rafmagnsgítar, bassa og trommur er nýr búningur en gamalt stef sko. Þetta sama gerist í matnum og verður að gerast, við verðum alltaf að vera að. Þjóðsagan hefði ekki orðið þjóðsaga nema hún hefði fengið að malla sko. Ef að upphaflega sagan hefði verið með höfundarétti og skrifuð niður strax og ekki mátt breyta henni þá hefði hún ekki orðið svona skemmtileg. Það veit enginn hve mörg tvist voru komin á Gilitrutt söguna áður en hún varð að Gilitruttsöggunni. Og það er eins með þetta – þetta þarf að vera lifandi og þróast bara eins og tungan eða hvað sem er

(rannsóknarnótur 3, bls. 35).

„nýr búningur en gamalt stef“ – Keli er hér að skilgreina hefðina líkt og þjóðfræðingar nútímans gera. Að hún sé skilgetið afkvæmi nútímans – en með annann fótinn í fortíðinni.

Í orðræðunni um mat í samtímanum, sérstaklega staðbundinn mat, er hefðum og náttúru gjarnan sprynt saman, líkt og um sé að ræða samstæðu með fullkominn samhljóm. Stundum er eins og hefðirnar spretti fram úr náttúrunni og oft fléttast bændur og búalið inn í

þessa hugmyndafræði, sbr. þessi texti á heimasíðu veitingastaðarins Grillmarkaðarins í Reykjavík:

Hér á Grillmarkaðnum höfum við lagt mikla vinnu í samstarf okkar við bændur landsins. Úr verður óvænt matargerð þar sem íslensk hefð og nútíminn mætast. Upplifun á sér stað í íslensku umhverfi þar sem náttúran fær að njóta sín. Hluti af farsælu starfi Grillmarkaðrins á rætur sínar í samvinnu við íslenska framleiðendur sem leggja Grillmarkaðnum til gæðahráefni
(Grillmarkaðurinn, án árs).

Textann má skilja sem svo að bændur landsins séu nátengdir hefðum í matvælaframleiðslu, en einnig náttúrunni þaðan sem hráefnin, sem þeir framleiða, koma. Þetta tvennt virðist eiga fullkomlega saman í framsetningu Grillmarkaðarins. Veitingastaðurinn sjálfur leggur svo til nútímann. Að vensla bændur og sveit við fortíð og hefðir, líkt og hér er gert er kunnuglegt stef og samræmist kenningum Williams (1973) um fjarlæga rómantík sveitarinnar. Keli telur tenginguna milli hefða og náttúru vera huglægt fyrirbæri, „bara eins og að segja hvað er fallegt“ (rannsóknarnótur 3, bls. 21). Tengingin þarna á milli verður þannig til í huga hvers og eins, byggt á bakgrunni, reynslu, viðhorfum og gildum einstaklingsins. Af þessum sökum verður tengingen oft á tíðim óljós og erfitt að koma orðum yfir hvað í henni fellst, þó fólk hafi ákveðna mynd af því í huganum.

Í viðtolunum bað ég fólk um að útskýra fyrir mér hvað það væri sem þau teldu að tengdi íslenska hefð í matargerð og náttúru. Yfirleitt átti fólk afar erfitt með að koma þessu tvennu saman og flestum fannst þetta einkennileg spurning. Það sem flestir nefndu var samband hefða við árstíðir og veðurfar. Svanhildur lýsir því þannig:

Já, ég held þetta sé nú tengt. Hefðirnar eru auðvitað rosalega ártíðarbundnar og það hefur auðvitað spilast af, sem sagt, út frá náttúrunni. Bæði auðvitað geymsluaðferðir og hefðir í þeim. Hvort sem það heitir súr eða salt eða reykur eða hvað það er. Já, ég mundi segja að það sé mjög sterk tengsl þarna á milli

(rannsóknarnótur 2, bls. 12).

Svanhildur nefnir einnig að þessi árátta Íslendinga að safna vetrarforða í frystikistur sé af sama meiði. Íslendingar hafi þurft að aðlaga sig náttúrunni og hefðir í matargerð og geymsla matvæla hafi þróast út frá því. Fleiri taka í sama streng og segir að helst sé hægt að tengja matarhefðir við náttúru í gegnum geymsluaðferðir og ártíðarsveiflur. Annað sem er nefnt er sú hefð að reykja matvæli við sauða- og nautgripatað sem er í raun endurvinnsla á gróðri úr náttúrunni. Þá var nefnt að nýting jarðvarma við brauðgerð og aðra matargerð væri ein

birtingarmynd þessa sambands hefða og náttúru. Keli tengir hefðir, náttúru og hnattræn áhrif saman:

Við sko tökum – í allri matargerð er það svo að áhrif og krydd og þetta, berst um heiminn – og við tökum bara eitthvað sem að okkur finnst flott og gott og setjum það í okkar hefðir [og] í matinn úr okkar náttúru

(rannsóknarnótur 3, bls. 21).

Það er sem sagt „nýr búningur og gamalt stef“, í umgjörð náttúru Íslands sem tengir hefðina (og nútímann) við náttúru. Sú fullyrðing Guðmundar Hálfðánarsonar að staða náttúrunnar í íslenskri þjóðarvitund hafi breyst mikið á undanförnum áratugum, kemur heim og saman við það sem hér er fjallað um. Þar er það hreinn, ferskur og einfaldur íslenskur matur, með svöltið óljósa skírskotun til hefða, sem laða á fram einkenni íslenskrar náttúru. Eitt helsta þjóðartákni Íslendinga í samtímanum.

Líkt og fram hefur komið nefndu flestir heimildarmenn mínir lambakjöt sem þau matvæli sem þeir gætu helst tengt íslenskri náttúru. Þeim vafðist hins vegar tunga um tönn þegar talið barst að því hver væri mögulegur þjóðarréttur Íslendinga eða „ætilegt“ þjóðartákn. Nokkrir nefndu þó kjötsúpu, skyr, hangikjöt – og lambakjöt. Þá voru nefndar kleinur og flatbrauð með hangikjöti, með þeim rökum að kaffibrauð sé í raun orðið meira táknrænt fyrir þjóðina í nútímanum, en matargerðin, sem væri orðin svo alþjóðleg. Engin kom með tillögu án umhugsunar og reyndar virtust þeim fæstum finnast það forgangsatriði að eiga þjóðarrétt.

Á dögunum samþykkti Landsamband sauðfjárbænda að beina því til stjórnar samtakanna að vinna að því að íslenskt lambakjöt verði þjóðarréttur Íslendinga. Var haft eftir formanni samtakanna, Þórarni Inga Péturssyni, að kanna þurfi hjá einhverju ráðuneytanna



Mynd 20. Lambakjöt úr sveitinni.
Mynd: Laufey Haraldsdóttir

hvort hægt sé að fá slíka viðurkenningu (Eyþór Árnason, 2015). Reyndar var þessi tillaga ekkert rökstudd, en leiða má líkur að því að sauðfjárbændur telji hér um heðfbundinn mat að ræða, rétt eins og viðmælendur mínir nefndu margir sunnudagslærið sem dæmi um hefð

og lambakjöt (sjá mynd 20) sem hugsanlegt efni í þjóðarrétt Íslendinga. Neyslutölur síðustu ára sýna reyndar að neyslu á lambakjöti hefur dregist töluvert saman (Hagstofan, 2012) og líttill áhugi ferðamanna á lambakjöti áhyggjuefni (Viðskiptablaðið, 2014). Spurningin er því hvort hvatinn

að baki þessari tillögu sé sú upplifun fólks að lambakjötið sé hefð sem verið hefur á borðum Íslendinga öldum saman – eitthvað sem er í nútímanum, en tilheyri fortíðinni (Kirshenblatt-Gimblett, 1995). Þannig sé lambakjötið á vissan hátt í andstöðu við nútímann sem þiggur frekar nautakjöt og sushi. Það er þó ekki komið í „samþjappað form“ líkt og „gamli maturinn“ og lifir því góðu lífi í ferðajónustinni – alla vegna í sveitinni. Þar er hefðin endurtekin – og þar með endurskópuð – hún túlkuð með margbreytilegum hætti í höndum viðmælenda minna. Grunninn á þjóðin, endurskópunina á hver og einn sem nýtir hefðina:

Þjóðar eitthvað, er svakalega hérra ofnotað og algerlega óhöndáfestandi hugtak – sem þú hlýtur að vita stúderandi þjóðfræði [brosir]. Ég til dæmis, hef grúskað dálítið mikið í þessu, ekki bara í í vinnunni minni heldur í áhugamálinu líka. Ég er aðeins í músík og ég er mjög hrifin af þjóðlagatónlist – til dæmis. Uppáhaldsmúsíkin mín til margra ára var hérra eitthvað sem Bretarnir kölluðu þjóðlagapönk. Og munur á lagi í þjóðlagastíl og þjóðlagi er sa að, þjóðlag og þjóðsögur sem er sami svona grunnurinn, er eithvað sem hefur fengið að malla meðal þjóðarinnar. Þjóðlag er til í mörgum útgáfum, það er kannski einhver saga í í upphaflega kvæðinu sem að hefur fengið að breytast og lagast, af því að það er enginn höfundur, af því að þjóðin er höfundurinn. Þetta er eins í matnum

(rannsóknarnótur 3, bls. 32).

Það er viðeigandi að láta þessi orð Kela verða síðustu orðin í kafla um mat og þjóð. Matarmenningin verður að fá að þróast með þjóðinni, rétt eins og þjóðsögur og þjóðlög. Það gerir matinn ekkert minna þjóðlegan þó hann breytist með tíð og tíma – og eftir sem áður verða til hefðir. Það kom líka fram í viðtolunum að ferðamenn vildu gjarnan smakka á því sem er á borðum Íslendinga í dag, það væri ekkert minna virði fyrir þá að fá að kynnast hefðum samtímans en hefðum fortíðar (sjá m.a. rannsóknarnótur 3, 6, 9 og 15).

6 Að setja sálina í pottana og fitta ekki inn í formið

Í þessum kafla mun ég halda áfram að skoða samfélagið og ríkjandi kerfi, en ég mun einnig beina sjónum að viðmælendum mínum sem gerendum (e. agents) sem hafa hæfni (e. agency) til þess að takast á við umhverfi sitt og verkefni daglegs lífs. Í upphafi kaflans mun ég greina frá þróun innan Evrópusambandsins um vernd landfræðilegra merkinga matvæla, sem útskýrt er í inngangi ritgerðarinnar. Ég mun skoða það í íslensku samhengi og í samhengi við aðstæður viðmælenda minna. Í framhaldi af því mun ég ræða hæfni einstaklinga til þess að hafa áhrif á umhverfi sitt og gera grein fyrir því hvernig viðmælendur mírir fylla rýmið margbreytileika og gera staðinn þannig merkingarbæran fyrir sig og gesti sína.

„ég bara fitta ekki inn í formið“

Ætla má að kynningarefnni og stefna opinberra aðila sé að einhverju leiti sá rammi sem ferðaþjónustan starfar innan. Ég komst að þeirri niðurstöðu í kafla fimm að margt er líkt með áherslum viðmælenda minna og stefnu yfirvalda þegar kemur að því að skapa landi og þjóð ímynd með matvælum og matarmenningu. Þar er áherslan á náttúruna, hið staðbundna og að einhverju leyti hefðir. Þetta má sjá í kynningarefnni og á heimasíðum:

Býlið hefur verið í eigu sömu fjölskyldu í nokkrar kynslóðir (síðan 1901) og þar er enn stundaður búskapur. Veitingastaðurinn býður upp á framúrskarandi heimagerðan mat, þar sem einungis er nýtt ferskasta hráefnið úr nágrenninu hvenær sem hægt er

(Hótel Anna, án árs).⁴⁶

Geitafell. Njótið fersks íslensks sjávarmetis í umgjörð hreinnar náttúru

(Geitafell, án árs).⁴⁷

Markmiðið er alltaf að bjóða upp á einstaka upplifun sem saman stendur af frábærum mat, villtri náttúru og góðu andrúmslofti

(Hofsstaðir, án árs).⁴⁸

Leiðarstefin eru að maturinn sé staðbundinn, heimagerður, úr sveitinni og umfram allt úr hreinni og „villtri“ náttúru.

⁴⁶ Texti á heimasíðu: The farm itself has remained in the hand of the same family for several generations (since 1901) and is still very much a „working farm“. The restaurant offers outstanding home cooked fare using only the freshest of local produce whenever possible. (Country Hotel Anna, án árs).

⁴⁷ Texti á heimasíðu: Geitafell. Enjoy fresh Icelandic seafood in a pure Icelandic nature setting (Geitafell, án árs).

⁴⁸ The main focus is always on providing a unique experience that combines great food, wild nature and a great atmosphere (Guesthouse Hofsstaðir, án árs).

Ekki er einkennilegt að viðmælendur mírir leggi áherslu á það sem almennt er viðurkennt að einkenni land og þjóð. Það að hópar, sem telja sig eiga sitthvað sameiginlegt, vilji undirstrika það og þannig aðgreina sig frá öðrum hópum hefur viðgengst svo lengi sem sögur herma (Guðmundur Hálfdánarson, 2007, bls. 10). Viðmælendur mírir reka litla ferðapjónustustaði á „landsbyggðinni“ og hafa litla möguleika á að markaðssetja svæðin, landið eða þjóðina í heild. Það verða þeir að eftirláta valdameiri einingum eins og Íslandsstofu og markaðsstofum landshlutanna. Svo eru reyndar til fyrirtæki á Íslandi sem hafa bolmagn til slíks. Við Keli vorum að ræða þróun ferðapjónustu á Íslandi:

Það eru að myndast sko stórfyrirtæki og keðjur og ýmislegt svona í þessu [ferðapjónustu] og það hefur alltaf verið. Og það þarf að vera. Fyrirtæki eins og Icelandair sem að er svona „óskabarn þjóðarinnar“ fyrirtæki, sem er svona annað nafn á fyrirtæki sem að hefur góð ítök og góða fákeppnisaðstöðu. Þeir senda mér ekki gesti, þeir eru með flugfélög og hótel, bílaleigur og pakkann, og þeir fóðra sig. En mér er alls ekki í nöp við Icelandair þó að, þó að ég sé ekki á þeirra spena, af því að þeir eru í raun og veru eina fyrirtækið með slagkraft til þess að kynna Ísland hressilega. Sem að væri svoltíð slæmt ef að enginn hefði það. Því ekki get ég það

(rannsóknarnótur 3, bls. 18).

Icelandair hefur vald og slagkraft til þess að „búa til“ staði eins og Ísland, m.a. með markaðsherferðum og hefur þannig áhrif á þá ímynd sem til verður í hugum framtíðargesta landsins. Það hefur einnig tækifæri til þess að hafa áhrif á þá ímynd hjá farþegum í flugvélum félagsins, í bifreiðum sínum og á hótelunum. Ekki hefur alltaf verið sátt um markaðsherferðir fyrirtækisins,⁴⁹ en það er gjarnan helsti styrktaraðili og þátttakandi í stórum landkynningarverkefnum eins og *Food and Fun* og *Iceland naturally*.

Í þessu sambandi má velta fyrir sér hvort viðmælendur mírir séu ofurseldir fyrirætlunum þeirra sem fara með vald og skilgreina staði eins og Ísland, Norðurland, Suðurland, Skagafjörð eða Þingeyjarsýslur. Eða séu algerlega háðir þeim reglum sem yfirvöld setja. Að vissu leyti er svarið já, það verða allir að fara að lögum, lúta skipulagi yfirvalda og halda sig innan viðurkenndra félagslegra og siðferðislegra marka. Og það er ekki bara ríkjandi skipulag hérlandis sem er áhrifavaldur í þessu sambandi, hnattvæðingin hefur þar einnig áhrif og vægi.

⁴⁹ Sbr. grein Alessio og Johannesdottir (2011) sem þegar hefur verið vitnað í: *Geysers and 'girls': Gender, power and colonialism in Icelandic tourist imagery* og grein Úlfhildar Dagsdóttur í Morgunblaðinu í október 2002, þar sem hún fer yfir nokkur þemu í markaðssókn *Icelandair* erlendis þar sem m.a. íslenskar konur eru talðar þekktasta náttúruundur landsins og fólkis er boðið að eiga „sóðalega“ helgi í Reykjavík (Úlfhildur Dagsdóttir, 2002).

Pálína í Lónkoti rekur ein heimildamanna minna veitingastað undir merkjum *Slow Food* samtakanna. Eins og fram hefur komið beita þeir þó flestir svipaðri hugmyndafræði. Slow Food hreyfingin, líkt og samnorræna verkefnið *Ný norræn matvæli*, er afsprengi hnattvæðingar sem fer þvert á hefðbundin mörk landa, þjóða og heimsálfu. Ítalski mannfræðingurinn Fabio Mattioli er gagnrýninn á þá þróun sem orðið hefur á hreyfingunni og heldur því fram að í raun vinni hún að ýmsu leyti á móti eigin hugmyndafræði þar sem lítil fyrtæki og efnaminni lönd hafi færri tækifæri til þess að fá vörur sínar viðurkenndar og njóta verndar hennar og vörumerkis (Mattioli, 2013). Mattioli segir þessa alþjóðlega þróun, þar sem mjög hefur færst í vöxt að vernda upprunatengingu matvæla, vera hápólítiska. Málið snúist ekki bara um eiginleika matvælanna, heldur engu að síður eignahald á þeim. Vernd landfræðilegra merkinga (e. geographical indications) líkt og það kerfi sem gildir í Evrópusambandinu ýti undir að stjórnvöld tiltekinna svæða eigni sér lögrétt á vörumerki matvæla sem áður voru almenningseign og tengjast menningu svæðanna. Þróunin hvetji til vörumerkjavæðingar og að stærri bændur/fyrtæki fái einkarétt á framleiðslu upprunaverndaðra matvæla (bls. 47-51).

Reglur Evrópusambandsins (ESB) um vernd landfræðilegra merkinga gilda ekki hér á landi. Hins vegar gengu í gildi séríslensk lög um slíka vernd árið 2014. Ástæðan mun hafa verið sú að ESB krafðist þess að í EES samningi⁵⁰ yrði ákvæði um gagnkvæma vernd landfræðilegra merkinga (Einar Karl Haraldsson, 2012, bls. 3). Umræðan um að tryggja þurfi vernd hefðbundinna íslenskra matvæla, svo sem skyrs og hangikjöts, hefur verið í gangi undanfarin ár. Slow Food hreyfingin hér á landi hefur meðal annars barist fyrir því að fá hefðbundna skyrið og fleiri matvæli inn í svokallaða Bragðörk (e. Ark of Taste)⁵¹ hjá alþjóðlegu Slow Food hreyfingunni. Mest af því skyri sem er á íslenskum markaði í dag er hins vegar afar ólíkt hinu hefðbundna skyri (Björn S. Gunnarsson, 2006). Nútíma íslenskt skyr er í auknum mæli flutt á erlendan markað, auk þess sem það er framleitt á Norðurlöndunum og víðar með sérleyfi frá MS (Viðskiptablaðið, 2012). Hluti af baráttu Slow Food samtakanna á Íslandi hefur snúist um að tryggja að vöruheitið „skyr“ gildi fyrir hefðbundið síðað skyri.

⁵⁰ EES samningurinn er samningur um Evrópska efnahagssvæðið, þ.e. samningur milli Evrópusambandsins og aðildalanda þess annars vegna og Íslands, Noregs og Liechtenstein hins vegar (Utanríkisráðuneytið, án árs)

⁵¹ Bragðörkin er skrá yfir afurðir/matvæli sem eru í útrýmingarhættu í heiminum. Það er þó ekki lögbundin vernd líkt og verndarkerfi Evrópusambandsins er (Slow Food á Íslandi, án árs).

Þó hérlandis gildi sérreglur um vernd landfræðilegra merkinga matvæla, er þetta þó veruleiki sem Íslendingar – og þar með viðmælendur mírir – eru hluti af. Enginn þeirra framleiðir hefðbundið skyr, en Ólöf í Vogum framleiðir hefðbundið taðreykt hangikjöt og silung – og fleiri af viðmælendum hafa hug á að efla eigin framleiðslu, bæði til veitingasölu og einnig framleiðslu minjagripa. Líkt og fram hefur komið gagnrýna þeir samþjöppun á íslenskum matvælamarkaði og telja hana hamla möguleikum og framtaki lítilla fyrirtækja og einstaklinga á matvælamarkaði. Áhugavert verður að fylgjast með hvernig nýju lögum um vernd landfræðilegra merkinga munu þróast með hliðsjón af gagnrýni Mattioli á verndarkerfi ESB og hlutdeild Slow Food hreyfingarárinnar í því. Mattioli bendir einnig á að flest lög sem gilda um slíka landfræðilega vernd, séu einhvers konar blanda af lögum um hefðbundin vörumerki og menningararf (Mattioli, 2013, bls. 47). Í íslensku lögunum frá 2014 segir að þau gildi um skilgreind matvæli „sem vísa til uppruna, landsvæðis eða hefðbundinnar sérstöðu“ (Lög um vernd afurðarheita nr. 130/2014) og virðast þau því vera í takt við greiningu Mattioli á sambærilegum lögum.

Þjóðfræðingurinn Sarah May (2013) hefur rannsakað vernd landfræðilegs uppruna matvæla hjá ESB á Ítalíu og í Þýskalandi. Meðal þess sem hún hefur skoðað er hvernig svokallaður hefðbundinn matur umbreyttist í „nýja“ almenna vöru við það að fá slíka vernd. Varan (og sú þekking sem liggur að baki framleiðslu henni) verði ekki lengur almenningseign, heldur lögbundin sameign tiltekins hóps og það veki alltaf pólitískan og efnahagslegan áhuga. Ef hún sé auk þess auðkennd sem menningararfur fái hún aukna athygli. May (2013) sýnir fram á að þetta er ekki hlutlaust ferli heldur búi það til ný valdahlutföll á þeim svæðum sem um ræðir. Hún kemst að sömu niðurstöðu og Mattioli að kerfið hygili stærri framleiðendum á kostnað þeirra minni, auk þess sem það staðli aðferðir og verklag við framleiðslu vörunnar – frysti hana ef svo má segja. Draga má þá ályktun af niðurstöðum May að það eigi sér stað ákveðin „menningararfsvæðing“ (Valdimar Tr. Hafstein, 2006) á tilteknum matvælum í Evrópusambandinu.

Ef framleiðsla á hefðbundnu hangikjöti verður „stöðluð“, líkt og gerist með upprunatengd matvæli í Evrópusambandinu samkvæmt niðurstöðum Mattioli (2013) og May (2013), er spurning hvað það þýðir fyrir litla framleiðendur eins og Ólöfu í Vogum. Sérstaðan við framleiðsluna þar er að kjötið og silungurinn er reyktur á hefðbundinn hátt, en einnig með

tilteknu verklagi sem tíðkaðist í Vogum þegar Ólöf var að alast þar upp og var sérstakt fyrir býlið. Þannig var notað bæði sauðatað og kúatað⁵², auk jurta:

Ég nota það alltaf, ég er alin upp við það og hérna reykurinn, sem sagt ef þú notar kúatað [með sauðataði], það er mildari reykur. Kemur svona aðeins mildara bragð. Og svo til dæmis þegar ég er að reykja kjöt þá er ég alltaf með aðeins birki, aðeins með jurtir með til þess – til að fá svona - ja ég er alla vegna bara alin upp við þetta. Ég tel mér bara trú um að það sé voðalega voðalega gott [hlær]

(rannsóknarnótur 5, bls. 10).

Ég ólst ekki upp við að kúatað væri notað við reykingu matvæla – og reyndar ekki birki eða aðrar jurtir heldur. Ólöf segir handbragðið á hverjum bæ fyrir sig vera sérstakt og það megi merkja á bragði afurðanna. Með stöðlun er hætt við að sú sérstaða hverfi, því einungist vörur sem fylgja nákvæmri forskrift reglnanna um upprunavernd, fá að framleiða vöruna með vottorði um uppruna – a.m.k. í Evrópu. Að auki er vert að hafa í huga niðurstöður May þar sem hún greinir áhuga stórfyrirtækja á landfræðilega vernduðum matvörum. Að sjálfsögðu munu smáframleiðendur geta framleitt matvælin líkt og þeir hafa alltaf gert, en ef þeir fylgja ekki reglunum nákvæmlega fá þeir ekki hið eftirsóttu upprunavottorð og hafa því ekki það forskot á markaði sem það gefur. Annað hvort verða þeir því að „minnka“ sérstöðuna til að fá merkið eða halda í sérstöðuna og fá minni athygli á markaði fyrir vikið.

Hér á landi urðu til samstarfsverkefni um svæðisbundinn mat á árunum 2004-2009, líkt og greint er frá í inngangi ritgerðarinnar. Nokkrir viðmælenda tóku þátt í því starfi og kom það meðal annars fram hjá Svanhildi í Varmahlíð að það hafi gefið henni innblástur við stefnumótun í mat á hótelinu. Þó misjafnlega hafi gengið að halda starfi verkefnanna gangandi, er ljóst að starfsemi þeirra vakti fólk til vitundar um svæðisbundna framleiðslu og þá möguleika sem hún gefur í tengslum við ferðaþjónustu svæðanna. Um frumkvöðlastarf var að ræða og tíma tók að móta hugmyndir um verkefnin, markmið þeirra og tilgang. Síðan þá hefur mikið vatn runnið til sjávar og matarferðaþjónusta þróast jafnt og þétt hérlandis, bæði í péttbýli og dreifbýli.

Keli sagðist hafa haft hug á þátttöku í svæðisbundna verkefninu á Vesturlandi. Í Langaholti hafði svipuð hugmyndafræði verið viðhöfð lengi og Keli orðar það þannig: „þetta var orðið stefna hérna löngu áður en menn fóru að staðla þetta niður“ (rannsóknarnótur 3, bls. 11). Og hann lýsir fyrir mér af hverju hann tók aldrei þátt í verkefninu á Vesturlandi:

⁵²Kúatað er þurrkaður kúaskítur líkt og sauðatað er þurrkaður kindaskítur.

mér er mjög minnisstætt þegar átakið „matur úr héraði“ kom. Þá var hérna – fór svona opinbert batterí af stað og svo var eitthvert svona samstarf með þetta - svona stórt átak. Og já, mér fannst þetta sniðugt. Maður var búin að vera svona fánberi fyrir þessu: „þetta eigi menn að gera meira“. Og svo ætlaði ég að vera með og svo fékk ég svona eyðublað til að fylla út. Og ég leit á eyðublaðið og bara – „þetta er ekki hægt“. Og svo var ég ekkert með

(rannsóknarnótur 3, bls. 9).

Þegar farið var að ítreka það við Kela hvort hann ætlaði ekki að vera með, þá svaraði hann: „ég bara fitta ekki inn í formið“ (rannsóknarnótur 3, bls. 9). Hann tekur það þó fram að honum hafi fundist þetta gott framtak, en það hafi reynst of þróngur rammi fyrir hann – sérstaðan sem hann byggði á „passaði bara ekki inn í eyðublaðið“ (rannsóknarnótur 3, bls. 19). Í ljósi niðurstaðna Mattioli og May á þróun verndarkerfis Evrópusambandsins á uppruna og áhrif þess inn í Slow Food samtökin, er áhugavert að skoða reynsluna af þessum landshlutabundnu verkefnum og velta fyrir sér hvernig hin nýju lög munu móta landslagið á næstu árum.

Þó íslensku landshlutaverkefnin séu af allt öðrum toga en það kerfi sem verndar landfræðilegan uppruna í Evrópu, voru þau fyrsta skrefið í þeirri þróun hérlendis að afmarka og undirstrika svæðisbundna sérstöðu. Verkefnin voru/eru þó ýmist hrein grásrótarfélög eða samstarf grásrótar og staðbundinna yfirvalda. Með tilkomu laga um upprunavernd vöruheita hérlendis virðast þróunin nú vera af svipuðum toga og í Evrópu (jafnt sem annars staðar í heiminum). Í grein Mattioli kemur fram að á Ítalíu hafi orðið til ýmsar grásrótarhreyfingar sem hafa það að markmiði að sporna gegn þeirri bylgju einkavæðingar og nýfrjálshyggju sem flætt hefur yfir Ítalíu, Evrópu og heiminn allan (2013, bls. 56). Meðal þess sem samtökin berjast gegn er einkaleyfisvæðing á sáðvörumarkaði og sölu lands í almannaeigu til stórra einkaaðila. *Genuino Clandestino* eru ein þessara grásrótaramtaka. Einkunnarorð þeirra eru „merkjalausar vörur“ (e. non-label) og er tilgangurinn að berjast gegn þeirri vörumerkjavæðingu sem lýst er hér að ofan. Talsmenn samtakanna segja þetta þróun sem gerir minni framleiðendum og bændum erfitt fyrir að fá vörur sínar vottaðar sem lífrænt ræktaðar eða upprunamerktar vegna þess hve flókið og dýrt kerfið er og vegna þess að stærri fyrirtæki og samsteypur sækja í að fá einkaleyfi á slíkri vottun. Með öðrum orðum berjast þessi grásrótaramtök gegn verndarkerfi Evrópusambandsins og þeirri þróun innan Slow Food samtakanna að leggja sífellt meiri áherslu á vörumerkíð (Mattioli, 2013, bls. 57-58).

Þó veruleikinn hér á landi sé ekki sá sem Mattioli og May lýsa í Evrópu, er ekkert ólíklegt að svipuð þróun muni eiga sér stað hér. Umræðan um verndun landfræðilegs

uppruna matar hefur fengið jákvæða umræðu hérlandis þar sem slík vernd er talin hlúa að hefðbundnum hráefnum og verkunaraðferðum, og færa þær aftur til vefs og virðingar (Slow Food á Íslandi, án árs). Auk skyrsins og hangikjötsins má nefna sólþurrkaðan saltfisk, hjallaverkaðan harðfisk og sjávarsalt framleitt með jarðvarma, sem dæmi um matvæli sem Slow Food hér á landi hefur undir sínum verndarvæng. En umræðan er líka gjarnan sett í samhengi við að Íslendingar þurfi að vernda tiltekin vörumerki gagnvart stórum alþjóðlegum matvælaframleiðendum sem gætu tekið vörumerkin up og gert nafnið að almennt lýsandi heiti (Þorsteinn Ásgrimsson, 2012). Íslendingar mundu þá ekki lengur eiga rétt á vörumerkinu. Í þessari umræðu ber vörumerkið „skyr“ hæst. Og þó skyrið sé í raun ekki hefðbundið skyr, þar sem framleiðslaðferðin er gerólik því upprunalega, þá virðist það ekki skipta máli því það er vörumerkið en ekki innihaldið sem er kjarni málsins.

Höfundur skýrslunnar *Vernd vöruheita með uppruna og staðarvísun*, Einar Karl Haraldsson, telur brýnt er að koma öllum landshlutabundnu upprunamerkjunum⁵³ undir einn hatt. Það muni gera hagsmunagæsluna markvissari. Einar færir fram þau rök að vöruheiti sem komi til greina hérlandis með upprunamerkningu séu í raun sameiginleg verðmæti framleiðenda hérlandis og tengist almennt íslenskum aðstæðum. Einar hefur nokkuð til síns máls og ljóst er að nútíma skyr er ekki hægt að merkja neinum landshluta eða héraði. Það sama á við um hefðbundna skyrið og fleiri algeng matvæli. Athygli vekur þó að Einar Karl talar um hagsmunagæslu og framleiðendur og spurningin er hverra hagsmuna á að gæta og hvaða framleiðendur er verið að tala um? Er skyrið ekki hluti af menningu Íslendinga og þar með eign íslensku þjóðarinnar eða er það bara vörumerki sem stór fyrirtæki á íslenskum markaði geta eignast? Hér verður ekki lagt mat á það hvað átt er við, og engin reynsla er komin á það hvernig lögin um vernd vöruheita frá 2014 munu virka hér á landi. Munu þau hlúa að séríslenskum matvælum og jafnvel hefja til vefs og virðingar matvæli sem eru í útrýmingarhættu? Eða er þetta spurning um eignarétt á menningu – í þessu tilfelli matarmenningu? Hvort sem framtíðin mun færa okkur samskonar veruleika og Mattioli og May lýsa í greinum sínum er ekki gott að segja, en athyglisvert er að velta fyrir sér í þessu samhengi hvort Ólöf í Vogum, Keli í Langaholti og aðrir smáframleiðendur og ferðaþjónustuaðilar, sem vilja leggja áherslu á staðbundinn mat, munu „fitta inn í formið“.

⁵³ Þarna á Einar Karl við merki landshlutabundnu verkefnanna sem kynnt eru til sögunnar í inngangi ritgerðarinnar og nefnt er hér fyrr í kaflanum.

Umskópun, margbreyleiki og slagkraftur

Hnattvædd viðskipti á matvælamarkaði taka sífellt meira mið af hinu staðbundna í þeim tilgangi að koma vörum sínum á markað. Það sama gerist á landsvísu þar sem stór fyrirtæki vísa í uppruna og hefð matar í þeim tilgangi að ná til neytenda. Líkt og ég hef fjallað um í köflum fjögur og fimm hér að framan eru viðmælendur mínir hluti af þessu alþjóðlega og íslenska kerfi. Þeir eru háðir þróuninni og ríkjandi skipulagi, því án hnattvæðingar væru engir ferðamenn eða Internet - og án íslenskra stórfyrirtækja og stofnana væri Ísland sennilega lítið kynnt – þar með talin íslensk matvælaframleiðsla og – menning.

Viðmælendur mínir eru þó ekki – frekar en aðrir – fullkomlega háðir kerfinu, hvort sem sjónarhornið er allur heimurinn eða bara Ísland. Þeir eru líka gerendur og þó athöfnum þeirra sé að einhverju leyti stýrt af valdagerð ríkjandi kerfis, þá taka þeir þátt í að skapa umhverfi sitt með daglegum störfum sínum. Frá því sjónarhorni eru þeir virkir einstaklingar sem eiga aðild að sífelldri endurskópun staða og samfélaga (Cresswell, 2002; Noyes, 2003). Í kenningum franska fræðimannsins Michel de Certeau (1984) eru staðir skipulagðir með athöfnum ríkjandi valdhafa sem skapa formgerð staðanna. Íbúarnir móta hins vegar staðina og umbreyta með notkun. Þannig hafa íbúar staða, hvort sem það er Ísland, Snæfellsnes eða Eyjafjarðarsveit ákveðið vald og fylla staðina merkingu.

Fólk sem rekur ferðaþjónustu, býr við margs konar skipulag sem það hefur lítið eða ekkert með að gera. Það þarf að lúta ákveðnum lögum og reglum varðandi rekstur fyrirtækis og meðhöndlun matvæla. Það býr við ákveðna gerð matvælakerfis og viðskipta sem það ræður litlu um og er að ýmsu leyti háð ímyndarskópun og framsetningu valdhafa á íslenskri þjóð, m.a. túlkun á íslenskri matarmenningu. En fólk í ferðaþjónustu eru líka einstaklingar með getu til þess að taka frumkvæði í athöfnum sínum og gefa gildum sínum og viðhorfum efnislega mynd – meðal annars með daglegum störfum tengdum mat.

Í viðtölunum voru margir sem töluðu um mikilvægi þess að búa til allan mat frá grunni og nýta eigin framleiðslu, hugmyndir og sköpunarkraft eftir því sem aðstæður leyfa. Guðný lýsir því m.a. hversu forviða farandsölumenn eru á bakstursstússi hennar:

Já og eru í raun og veru hneykslaðir [heildsalarnir] á þessu veseni að ætla að fara að baka allt á morgunverðarborðið. „Ég get selt þér bara bollur sem þú setur í ofn“. Nei, þú veist, það er ekki [okkar stíll] Við fáum alveg að heyra það hjá gestum að þeir fari orðið hringinn í kring um landið og morgunverðarborðið sé alls staðar eins. Af því að það eru allir að versla af heildsölunum sem eru með ofsalega sniðuga pakkadíla. En við erum með eitthvað annað. Og ef þú ætlar að skapa þér sérstöðu, á gervihnattaöld. Þar sem að þú veist, fólk fer og setur inn [á netið] þegar það er búið að vera [á stöðunum]. Það fer og setur inn á Booking og TripAdvisor ef það er ánægt. Og við

fengum svakalega góða umsögn út á morgunmatinn okkar eftir að við breyttum honum svona.

Fórum svona mikið í heima

(rannsóknarnótur 9, bls. 32).

Guðný segir þau græða á smæðinni sem geri þeim kleift að hafa fremur heimagerðan mat á boðstólum (sbr. mynd 21). Keli telur að landshlutabundnu matarverkefnin hafi vakið marga



Mynd 21. Heimatilbúin kindakæfa á Öngulsstöðum. Mynd: Laufey Haraldsdóttir.

til vitundar um að það væri í raun mögulegt að leggja áherslu á staðbundin matvæli í ferðaþjónustu og annari veitingaþjónustu. Hann telur að skerpa mætti á þessari hugmyndafræði nú, fólk sé ef til vill tilbúnara núna, því augu þess hafi opnast fyrir því að skyndilausnir séu ekki ódýrari þegar upp er staðið og alls ekki betri.

Keli er góður sögumaður og hann segir mér af því þegar hann var staddur á fundi meðal ferðaþjónustuaðila og sat á milli tveggja hótelstjóra sem voru „hálfpartinn að pexa um það sko hvort innflutta lummudegið væri betra“ (rannsóknarnótur 3, bls. 24). Í Langaholti er það

mamma Kela sem sér um lummubakstur og hún býr þær til frá grunni. Viðkomandi hótelstjórar vildu fá álit Kela á gæðum innfluttra lummudeiga, en Keli svaraði að bragði „hvað er að því að skella í deig?“ (rannsóknarnótur 3, bls. 24).

Viðmælendur mírir hafi ýmislegt út á ríkjandi skipulag að setja, en finna sínar leiðir til þess að umbera það og fara sínar leiðir að vissu marki. Að baka brauð og gera sitt eigið lummudeig í stað þess að fara auðveldustu leiðina og kaupa af heildsölum, er á vissan hátt viðnám gegn kerfinu. Með því að veita þetta viðnám eru þeir um leið að skapa daglegum störfum sínum merkingu. Á svipaðan hátt og hjá Guðnýju og Kela, má greina hið „fíngerða“ viðnám hjá mörgum heimildamanna minna. Hvort sem það er Sigrún í Dæli sem neitar að hafa á boðstólum svínakjöt fyrr en gylturnar fá meira pláss á búnum, Pálína sem nýtir til matar jurtir, sem engum hafði áður dottið í hug að leggja sér til munns, eða Ólöf sem gafst ekki upp á kerfinu fyrr en hún fékk ostavinnsluna sína viðurkennda.

Fæstir viðmælenda matreiða að staðaldri í ferðaþjónustunni. Nokkrir tala um að þeir hafi matreitt til að byrja með og ætlað sér að sjá um það, en rekstur og stjórnun

fyrirtækjanna hafi orðið of umfangsmikil og þeir hafi þurft að gefa það upp á bátinn. „Það er ekki hægt að stjórna fyrirtæki frá þönnunum“ bendir Keli á (rannsóknarnótur 3, bls. 5). Margir þeirra „grípa inn í“ matreiðslu eftir þörfum, en aðeins tveir af sextán viðmælendum koma ekkert að matreiðslu í fyrirtækjunum. Þeir hafa þó ákveðnar skoðanir á því hvernig matur á að vera í boði hjá þeim og allir leggja þeir línumnar þegar kemur að hugmyndafræðinni að baki veitingaframboði fyrirtækjanna. Í hugmyndavinnu, hönnunarferli og matreiðslu nýta þeir sambönd sína og á stundum hið takmarkaða frelsi sem þeir hafa, til þess að túlka sannfæringu sína og mikilvæg gildi. Þetta kann að hljóma rómantískt og að sjálfsögðu er ekki alltaf rúm fyrir sannfæringu eða hugsjónir hversdags. Í viðtolunum kemur þó fram að flestir tengja hráefnisval, matreiðslu og framreiðslu við mismunandi gildi, eins og hollustu, umhverfisvernd eða dýravernd, sem þeir deila með gestum sínum, meðvitað eða ómeðvitað.

Það sem einkennir þennan hóp er að flest eru þau sjálfmenntuð í matreiðslu. Í hópnum eru fjórir faglærðir matreiðslumenn, en af þeim er aðeins einn sem matreiðir að staðaldri. Annað sem einkennir hópinn er ástríða flestra fyrir mat og matarmenningu. Hjá sumum er það drifkrafturinn í rekstri fyrirtækisins. Í þeim tilfellum er matreiðslan persónuleg og fólkvið eyðir drjúgum tíma innan eldhúss og utan í leit að nýjum hugmyndum og leiðum í matargerðinni. Í öðrum tilfellum er maturinn nýttur sem markaðstæki og til að auka fjölbreytni í vöruframboði og þjónustu – eða leið til þess að auka framleiðni ferðaþjónustunnar og skapa sér og sínum lífsviðurværi.

Viðmælendur mírir orða á ýmsa vegu mikilvægi þess að hafa rétta hugarfarið þegar matreitt er og maturinn framreiddur fyrir gesti. Það sé lykilatriði fyrir upplifun gesta. Nefnt var að hver diskur þurfi að vera listaverk, það þurfi að vera eitthvað frá hjartanu á hverjum disk, að skera hverabrauð sé list, að mikilvægt sé að fylgja diskunum fram í sal, ná persónulegu sambandi við gestina og þar fram eftir götunum. Í huga Dísu skiptir það höfuðmáli að hafa áhuga á matnum sem verið er að búa til og framreiða fyrir ferðafólk:

Ég var með gesti hérna sem að sögðu – voru svo rosalega lukkuleg. Voru þrjár nætur og sögðu: „okkur líður bara eins og á þriggja stjörnu hótel, með fimm stjörnu kokk“. Og [þau] borðuðu öll kvöldin og þetta bara var eitthvað svo – þegar þau koma og bara bíða eftir að fá matinn á borðið, það er bara eitthvað. Það er svo gaman

(rannsóknarnótur 6, bls. 9).

Ég spyr Ólöfu hvort matargerð sé list:

Já! Að skera hverabrauð er líka bara ákveðin kúnst. Við þurfum að kenna þeim [starfsfólki] að skera reyktan silung, við þurfum að kenna þeim að skera grafsilunginn. Hverabrauðið á að vera frekar þunnt – þetta skiptir máli. Ef maturinn lítur fallega út, virkar ferskur og fallegur, þá nýtur gesturinn hans betur

(rannsóknarnótur 5, bls.bls 21).

Luce Giard (1998) segir matreiðslu vera gjörning – það að „gera mat“ (e. doing cooking). Í þeim gjörningi fellst að handfjatla hráefni, skipuleggja, setja saman, breyta og búa til nýtt. Hún útskýrir hvernig hún sjálf uppgötvaði ánægju matargerðarlistarinnar og lýsir þeirri fullnægingu sem felst í því að finna hendur, kropp og sál vinna saman í „hrynjanda eldhúsverkanna“. Í túlkun Giard verður matreiðslan nánast eins og dans um eldhúsið þar sem hugurinn flýgur vítt og breitt milli hugmynda og minninga sem að lokum sameinast í réttinum á disknum (Giard, 1998, bls. 153). Þessi „hrynjandi eldhúsverkanna“ sem Giard lýsir svo fagurlega, birtist í nokkrum viðtalanna. Þar lýsa viðmælendur ánægjunni við það að matreiða fyrir bláókunnugt fólk jafnt sem kunningja og vini. Hvernig það skiptir mál að láta sig gestina varða og setja „smá væntumþykju á diskinn“ (Dísa, rannsóknarnótur 6, bls. 9). Brynja talar um að „leika sér í eldhúsínu“ og fyrir henni snýst ánægjan ekki síst um það að hafa matreiðsluna með tilbrigðum þar sem sjón, lykt og bragð fá að njóta sín. Það býr líka í henni listakona og henni finnst gaman að raða saman „þannig að það verði jákvæð upplifun“ (rannsóknarnótur 4, bls. 37). Lýsingar Brynju voru ekkert ólíkar frásögu Giard og svo var með fleiri heimildarmenn mína.

Nokkrir töku það fram að það hefðu ekki allir „í sér“ að geta matreitt eða borið fram mat svo vel væri. Fólk væri einfaldlega misjafnt á þessu sviði eins og öðrum. Brynja lýsir því á skemmtilegan hátt hvernig fólk er yfirleitt betra í annað hvort að baka eða matreiða. Það sé sjaldan að fólk sé jafn gott í hvorutveggja. Hún lýsir því hvernig henni reynist ómögulegt að fylgja uppskriftum:

Ég er dass, það er bara, já. Ég get ekki sagt þetta er nákvæmlega svona eða hinsegin. Og ég held að þar liggi svolítið munurinn; það gengur ekki í bakstri, þú getur ekki sett dass í bakstur. Þar verður allt að vera eftir uppskriftinni og ég held að það liggi svolítið þannig fyrir fólk. Þeir sem þurfa að hafa þetta nákvæmlega niðurskrifað og alltaf eins til þess að vera öruggir, þeir baka. Þeir geta bakað, en þeir sem að eru meira svona dass [matreiða]. Ég hef svolítið mikið verið að pæla í þessu bara því ég sé að það er bara fullt af fólk sem að, hérna, höndlar engan vegin ef þetta er ekki nákvæmlega svona eða nákvæmlega hinsegin

(rannsóknarnótur 4, bls. 35).

Ýmsir aðrir nefna það að þau finni það fljótlega á starfsfólkinu hvort það sé nákvæmnisfólk eða „dass“ eins og Brynja nefnir það. Sumir njóti þess að meðhöndlal matinn og umgangast

gestina, aðrir ekki. Sumir þurfa nákvæm fyrirmæli (og eru þá kannski góðir að baka), meðan aðrir taka sjálfstæðar ákvarðanir í matargerðinni og „dansa“ um eldhúsið.

Pálína hefur umbreytt fjölskyldubýlinu Lónkoti í rómantískt sveitahótel. Hún segir Slow Food „vernda og leggja áherslu á hið smá og sérstaka“ (rannsóknarnótur 1, bls. 18). Með vernd á Pálína við umhverfisvernd, en einnig samfélagslega vernd, þar sem hlúð er að fjölbreytileika og þeim krafti sem býr í hverjum og einum einstaklingi. Hún leggur líka áherslu á að maturinn sé sanngjarn að því leyti að hver sem er hafi efni á því að borða hann. Í samræðum okkar Pálínu kemur fram að reksturinn er ekki síður lífstíll en lifibrauð, þar sem hún nýtur þess að vinna með mat sem hráefni í listsköpun, eins og hún segir sjálf. Pálína telur að gestir hennar velji staðinn „af því að þessi hugmyndafræði er eitthvað sem þeir vilja vera í návígí við“ (rannsóknarnótur 1, bls. 15).

Þegar ég kem að taka viðtalið við Pálínu býður hún mér inn í setustofu þar sem húsgögn úr búi foreldra hennar, ásamt rabbarbara og puntstráum í vasa, bera vitni um endurvinnslu og nýtni. Ég fékk á tilfinninguna að tíminn stæði kyrr á þessum stað. Það gerði hann í það minnsta meðan ég staldraði þar við. Það er auðvelt að hugsa sér Lónkot sem rými þar sem samræða og gagnkvæm neysla fer fram. Í matreiðslu Pálínar felst sköpun – stundum spuni – en um leið neysla, þar sem hún dvelur á fjölskyldubýlinu og hefur þróað eldhúsið sitt eftir eigin hugsjónum. Þær snúast meðal annars um sjálfbært umhverfi og samfélag. Matargerð hennar, umhverfið og hennar eigin stíll spilar sterkt inn í ímyndina um „umhverfisvæna sveitarómantík“.

Pálína leggur sig fram um að miðla til gesta sinna þeim gildum sem hún leggur áherslu á við matreiðslun. Sé það svo að gestir hennar velji staðinn vegna þess þeim líkar þau gildi sem holdgerast í matnum í Lónkoti – þá er um ákveðna „samframleiðslu“ að ræða. Jón Þór Pétursson þjóðfræðingur segir hugtakið samframleiðsla (e. co-production) vísa í gerendahæfni þeirra sem taka þátt í þeirri framleiðslu. Í siðferðistengdri neyslu líkt og þeirri sem Slow Food boðar, holdgvist pólitískt viðhorf í neyslunni. Með því að elda og borða hollan, hreinan og sanngjarnan mat eru Pálína og gestir hennar ekki hlutlausir neytendur heldur taka þeir afstöðu til þess sem framleiðir matinn, hvaða aðferðir eru notaðar, og hvaða áhrif sú framleiðsla og eigin neysla hefur á umhverfið.

Brynja og Stefán leggja líkt og Pálína, áherslu á umhverfisstefnu og sjálfbærni sem þau undirstrika að verði að endurspeglast í matargerðinni og eldhúsverkum öllum. Heimaaldir grísir, endur sem rölta við lækinn, grænmetisframleiðsla og endurvinnsla af ýmsu

tagi bera vitni um það. Í raun má segja að flestir af viðmælendum leitist við að vera umhverfisvæn þegar kemur að matargerð, að því leyti að nýtni er eitthvað sem mörg þeirra nefna sem áherslubátt í eldhúsinu. Hagkvæmnin við að nýta vel hráefni og afganga er mikilvægt atriði í rekstrinum, og um leið verður minni sóun á matvælum. Brynja lýsir því hvernig þau nýta grænmeti til fullnustu í súpu dagsins, sem er aldrei eins frá degi til dags, og hamingjusamir grísir sem nudda sér upp við moldarbarð niður undan bænum, fá líka sinn skerf af afgöngum. Í Vogafíði þróaði franskur matreiðslumaður vinsælan steikarrétt úr lambaskönkum sem hefð er fyrir að telja með lakari pörtum lambsskrokksins og sem venjulega lenda í kjötsúpu eða gúllasi. Eitt dæmi enn má nefna þar sem fjólskyldan á Öngulsstöðum nýtir afganga af steiktum lambalærum í kjötsúpu og býr þannig til sína sérstöku útgáfu af þessum algenga „þjóðarrétti“ í ferðaþjónustu á Íslandi.

Sköpunin er fylgifiskur nýtninnar og Luce Giard segir matreiðslu vera ferli þar sem daglegt amstur og frelsi koma saman. Hún segir all sem matreiða eiga sitt registur, sín viðbrögð við óvæntum uppákomum, þetta litla aukalega fyrir þá sem næstir standa – en líka sína fordóma og mörk, eftirlæti og venjur (Giard, 1998, bls 201). Ég tel mig hafa skynjað einmitt þetta hjá sumum viðmælenda minna, þetta frelsi sem felst í sköpun matreiðslunnar mitt í amstri daglegra verka. Ég skynjaði líka eftirsjá hjá þeim sem höfðu orðið að hætta vegna þess að „það var ekki hægt að stjórna fyrirtækinu frá pottunum“ og ánægju hjá þeim sem uppgötvuðu nýja leið til þess að ná sambandi við gestina með matnum. Þannig segjast Guðný og Karl ekki hafa haft neinn sérstakan áhuga á matreiðslu þegar þau hófu að reka ferðaþjónustu, en nú taka þau bæði þátt í því innan fyrirtækisins og Karl segir áhugann hafa aukist, því í gegnum matinn fái þau helst endurgjöf („feedback“) á það sem þau eru að gera og það virki jákvætt og hvetjandi í starfi.

Hér hef ég leitast við að greina hvaða merkingu viðmælendur mínir leggja í sín daglegu störf, með áherslu á matreiðsluna. Tilgangurinn með því er meðal annars að að sýna fram á hvernig heimildarmenn mínir finna sínar leiðir til þess að fylla rýmið merkingu þrátt fyrir að skipulagið setji þeim ákveðnar skorður. Matreiðslan er gjörningur sem krefst bæði andlegrar og líkamlegrar þekkingar og þegar hendur, kroppur og sál finna taktinn, skilar það sér á diskinn:

Ég vildi kannski óska að það kæmist til skila í gegnum matinn sko að það sem að, fyrverandi skólastjóri okkar í kokkaskólanum, Tryggvi heitinn Þorfinnsson, sagði alltaf á sínum tíma við okkur. Hann kenndi okkur í skólanum og var skólastjóri, og hann kenndi okkur fagið, verklega fagið ásamt öðrum og bóklega. Og hann sagði alltaf við okkur; „þið getið aldrei verið almennilegir

kokkar nema þið setjið sálina í pottinn“. Og ég held að það sé nákvæmlega það sem maður þarf að gera. Því ef maður bara „æ mér er alveg sama hérna“ - það skilar sér líka! Þannig að ég vildi bara vona að allir hefðu það að leiðarljósi sem Tryggvi heitinn sagði að setja sálina í pottinn (rannsóknarnótur 15, bls. 12).

Staðurinn ofinn úr frásögum hversdagsins

Orð Erlu í tilvitnunni hér að framan kveiktu hugmyndina að titli ritgerðarinnar. Mér fannst hún komast að kjarna málsins með þessum orðum. Að leggja sig fram í daglegum störfum og sjá fegurðina í hinu smáa gerir ekki bara störfin merkingarbær fyrir gestgjafann, heldur miðlar það ákveðnum boðskap til gestsins. Boðskap um umhyggju, áhuga og ástríðu sem hlýtur þegar upp er staðið að skila sér í upplifun gestsins af staðnum.

Að hugsa sér ferðaþjónustustað sem opinn og breytilegan er á ýmsan hátt auðveldara en að hugsa sér hann sem afmarkaðan og lokaðan. Það liggur beinast við að sjá fyrir sér ferðamennina sem þann þátt sem heldur áfangastað á sífeldri hreyfingu, en ferðaþjónustufólk býr líka til hreyfingu. Það mótar staðinn með eigin líkama og hugsun, koma með hluti á staðinn sem gefa honum ákveðna merkingu eða túlka minningar um fólk, upplifun og atburði, sem þau bera á borð fyrir gesti sína.

Stöðunum, þar sem viðmælendur mírir reka nú ferðaþjónustu, hafa þeir tekið við af öðru fólk á einhverjum tímapunkti og umbreytt eftir eigin hugmyndum og hugsjónum innan ramma ríkjandi skipulags. Í kenningum Tuans eru áþreifanlegir hlutir nefndir sem hluti af sjálfsmynnd fólks og í kenningum Masseys skapa þeir flæði – koma og fara. Það þýðir að sjálfsmynnidin er breytileg eftir samhengi og aðstæðum. Fyrir tilstilli heimskonunnar og „nærætunnar“ (e. locavore) Pálínu, sem kemur líkt og farfugl að vori í Lónkot, umbreytist staðurinn um stund í eftirsótt sækjaveitingahús. Bæði áþreifanlegir hlutir og óáþreifanlegir þættir draga inn frásögur úr öllum áttum, úr fortíð, framtíð, fjölskyldu og vandalausum. Blómamynnidir eftir goðsögnina og alþýðulistamanninn Sölva Helgason, húsgögn úr búi foreldra Pálínu, Slow Food hugmyndafræði í matargerð: Allt skapar þetta stöðugt flæði fólks, hluta og hugmynda gegnum eldhúsið og aðrar vistarverur í Lónkoti. Flæði sem gerir staðinn að ferli fremur en óbreytanlegri stærð (Massey, 2005, bls. 138).

Viðmælendur mírir sækja hugmyndir hingað og þangað, hringja í pabba eða vinkonu til að fá ráð, lesa matreiðslubækur fyrir svefninn eða skreppa í ferðalag til þess að sækja nýjar hugmyndir fyrir eldhúsið sitt:

Sumt er bara svona eitthvað sem mér datt í hug fyrir svefninn og verð að prufa daginn eftir. Eða eitthvað sem ég sá einhvers staðar. Áhrifin koma alls staðar að. Þegar ég hef tíma finnst mér rosalega gaman að grúskra bara og þú veist skoða myndir. Mér finnst ofboðslega gaman að lesa kokkabækur, þú veist, maður hefur bara ekki mjög mikinn tíma. Ég er alltaf að gera eitthvað sem er samt hægt að útfæra hér

(Pálína, rannsóknarnótur 1, bls. 12).

Uppskriftir frá ömmum og mömmum eru aðlagaðar nýjum tínum. Púrrulaukur er settur í stað hefðbundins lauks til þess að fá litbrigði í rúllupylsuna eða steikt lambalæri sett í kjötsúpuna til þess að skapa sérstöðu og nýta afganga. Sumu er ekki breytt, uppskriftin af hjónabandssælunni frá tengdamömmu fær að halda sér og kleinurnar frá vinkonunni eru bestar. Hugsast getur að tengdamamman og vinkonan hafi breytt uppskriftinni og útfært hana á sinn hátt. Nánir aðstandendur, formæður og feður, koma víða við sögu hjá viðmælendum mínum og hafa áhrif á stefnu þeirra í matargerð. Keli segir:

Ég keypti og mamma er enn að vinna hjá mér sko. Það snérist við þarna á ákveðnum tímapunkti, ég hætti að vinna hjá henni og hún fór að vinna hjá mér. [...] Hún sér um morgunmatinn, það er hennar vinnutími og hennar hérna yfirráðasvæði. Hún er drottning yfir því og gerir það með miklum sóma. Mamma er líka voða duglega að segja frá matnum

(rannsóknarnótur 3, bls. 2, 25).

Móðirin kemur með hefðirnar inn á morgunverðarborðið í Langaholti, Keli býr til nýjar hefðir. Brynja hringir í pabba sinn eða kollega í ferðaþjónustunni til að sækja ráð varðandi matvælatækni og matargerð, og Sigrún í Dæli nýtir uppskriftir frá móður sinni og tengdamóður í baksturinn. Tengslin við mæður, feður og ömmur skapa brú milli kynslóða og þar með hreyfingu í tíma. Hreyfing í rúmi myndast þegar nýtt starfsfólk kemur í upphafi háannar á vorin, eða þegar ráðinn er nýr matreiðslumaður. Algengt er að starfsfólk í ferðaþjónustu hérlandis sé erlent eða ungt skólafólk í sumarvinnu. Þetta starfsfólk ber með sér nýja strauma og frásagnir af öðrum stöðum og setur í nýtt samhengi. Þannig er staðurinn í sífeildri endursköpun frá degi til dags.

Í kaflanum hef ég fjallað um hvernig samfélagið hefur áhrif á einstaklinga og hvernig einstaklingarnir hafa áhrif á samfélagið. Fólk er að einhverju leyti stýrt af valdagerð tilbúins kerfis, hvort sem það heitir ESB, íslensk stjórnsýsla eða íslenskt viðskiptalíf. Innan ramma ríkjandi skipulags verða til venjur sem einstaklingarnir alast upp í, fylgja og viðhalda með daglegum störfum. En fólk tekur líka meðvitað þátt í að skapa umhverfi sitt með hversdagslegri hegðun sinni. Staðurinn er sniðmát fyrir athafnir fólks segir Creswell (2002) og athafnir fólks umbreyta staðnum í sífellu.

Ég tók til umfjöllunar þá þróun sem orðið hefur í Evrópu þar sem staðbundin og hefðbundin matvæli eru í auknum mæli sett í „fjötra“ lögbindingar, sem staðla matinn og vinna að því er virðist gegn fjölbreytileika og frumkvæði einstaklinganna. Þróunin í Evrópu stefnir í einkavæðingu á matarmenningu svæða, þar sem stórfyrirtæki ein hafa bolmagn til þess að uppfylla þau skilyrði sem vernd landfræðilegra merkinga matvæla er sett. Þetta hef ég sett í íslenskt samhengi þar sem svæðisbundnu matarverkefnin voru fyrstu skrefin í þá átt að skilgreina og vekja athygli á staðbundnum matvælum hérlendis – fyrir rúmum áratug síðan. Þau voru/eru ýmist hrein grásrótarfélög eða samstarf grásrótar og svæðisbundinna yfirvalda. Í dag hafa verið sett lög um vernd vöruheita með skilgreindan uppruna eða staðbindingu. Ég velti fyrir mér hvernig sú lagasetning muni virka hérlendis, samanborið við þróunina erlendis og hvernig hún mun hafa áhrif á staðina og einstaklingana sem móta staðina með daglegum athöfnum.

Matur hefur þá eiginleika að það er líka hægt að njóta hans án þess að borða (Kirshenblatt-Gimblett, 2007). Það er hægt að horfa, heyra, lykta og finna. Þannig getur máltíð verið viðburður og fagurfræðileg upplifun um leið og hún er líkamlega nærandi. Viðmælendur mírir nota flestir mat til þess að ná meiri tengingu við gestinn. Í gegnum hann kynna þeir staðinn. Með frásögum, myndum og óhlutbundnum tengslum við náttúru og hefðir ljá þeir matnum merkingu og með framsetningu matarins – þar sem mismunandi hráefni, tengsl við uppruna og verklag tákna mismunandi gildi og eiginleika – verður máltíðin og þar með staðurinn að viðburði fyrir gestinn. Merking viðburðarins mótask í samskiptum gesta og gestgjafa og í gegnum þau margvíslegu tengsl sem viðmælendur mírir hafa – við einstaklinga, stofnanir og efnislega hluti – sem allir eru gerendur í samtalinnu um staðbundin matvæli. Þar er hið staðbundna skilgreint í hnattrænu samhengi og hið hnattræna skilgreint út frá staðbundnum forsendum.

7 Niðurstöður

Pakkasúpa (Asparagus, Velouté d'asperges)

Lætur vatn í pott. Tekur skál og setur úr pakkanum (súpupakkanum) í hana, hrærir það í svolitlu vatni, bíður þangað til vatnið í pottinum síður, setur þá úr skálini í pottinn, hrærir öðru hvoru í pottinum, bíður þangað til vatnið síður aftur, mynkar þá straumin á 2-3. Lætur súpuna sjóða í 5-10 mín

(úr uppskriftabók Laufeyjar Haraldsdóttur, sennilega 1971 eða 1972).

Textinn hér að ofan er úr gamalli handskrifaðri uppskriftabók sem nýlega kom í ljós úr pappakassa í ótilgreindri geymslu. Af skriftinni að dæma hef ég verið á aldrinum 6-7 ára og ég hef leyft mér að skrifa textann upp eins og hann kemur fyrir í bókinni. Á blaðsíðuna við hliðina var límd inn framhliðin á súpupakkanum og þar er miði sem stendur á „KEA, kr. 101.“. Þegar ég fékk bókina í hendurnar fór samstundis af stað nostalgískt minningaflóð sem kallaði fram myndir úr eldhúsi bernskunnar, þegar mamma hafði brugðið sér af bæ og ég var að elda pakkasúpu fyrir „piltana“ (piltarnir voru yfirleitt pabbi og bræður mínr eða vinnumenn sem voru á bænum). Sennilega hefur pakkasúpa þótt nógu einföld í matreiðslu fyrir aldur og kunnáttu kokksins.

Nú orðið vil ég helst gera súpur „frá grunni“ eins og það heitir, úr hráefni úr eigin garði eða í það minnsta íslensku, og mér er hálfilla við pakkasúpur. Ég heyrði þó aldrei minnst á aukefni, umhverfisvæn eða sanngjörn matvæli í æsku – eða að best væri að hafa matreiðsluna sem einfaldasta og helst úr lífrænum eða staðbundnum hráefnum. Þvert á móti sveif andi húsmæðraskólanna enn yfir vötnum, þar sem sykur, hvít hveiti og smjörlíki þótti full gjaldgengt. Í dag hefur orðræðan um mat hins vegar gjörbreyst, og pakkasúpur þykja ekki upp á marga fiska – jafnvel stórhættulegar.

Eftir viðtolunum við heimildamenn mína að dæma hafa þeir svipaðar hugmyndir og ég um hvað sé hollt og gott og kunna að tjá það með ýmsum hætt með matreiðslu og framreiðslu matar. Áherslan á að bjóða gestum helst upp á mat sem rekja má til uppruna endurspeglar ríkjandi viðhorf samtímans þar sem staðbundnum mat er gjarnan stillt upp í andstöðu við fjöldaframleidd og „staðlaus“ matvæli markaðssamfélagsins. Það er þó engan veginn hægt að setja alla viðmælendur undir sama hatt og að baki þessum áherslum liggja mismunandi viðhorf og gildi. Flestir þeirra kynna þessa áherslu á heimasíðu fyrirtækisins og fyrir gestum, en það á ekki við um alla. Það er líka misjafnt hversu fyrirferðamikill maturinn

er í ímynd fyrirtækjanna, sums staðar er maturinn í sviðsljósínu en annarrs staðar alveg á hliðarlínunni.

Ég lagði upp með rannsóknarsprunguna *Hvernig verður staður til í staðbundnum matvælum?* Tilgangurinn var að greina hvaða merkingu fólk leggur í hugtakið staðbundin matvæli. Við spurningunni reyndist ekki til einfalt svar. Staðurinn reyndist margþættur og flókinn, og breytti um ham þegar minnst varði. Þannig gat hann verið næsta nágrenni eða landshlut, en einnig Ísland, Norðrið og Norðurheimsskautið, eða jafnvel staður á suðlægum slóðum. Staðurinn var því hreyfanlegur í rúmi, allt eftir aðstæðum og efni. Í einu samhengi var nautkjötið af *Glitstaðanauti* og undirstrikað að hráefnið kom af býli í nágrenninu, en í öðru samhengi var nautkjötið orðið *Carpaccio* og bar þá með sér keim af framandi slóðum. Staðurinn var einnig hreyfanlegur í tíma. Þegar uppskriftin af kökunni kom frá ömmu eða aðferðin við reykinguna byggðist á verklagi sem viðgengist hafði í fjölskyldunni kynslóð eftir kynslóð, var ferðast aftur í tímann og staðir heimsóttir sem tilheyrðu fortíð og fólk sem einnig tilheyrði fortíðinni.

Þegar ég bað heimildafólk mitt að útskýra fyrir mér hvað þau meintu með staðbundnum matvælum, voru fyrstu viðbrögð iðulega þau að tengja hráefnið við landfræðilegan stað. Langflest sögðu það vera næsta nágrenni – eða eins nálægt og kostur væri. Þannig var steikin alin á næsta bæ, bláskelin kom frá sveitunga eða berin voru tind í næsta nágrenni. Við nánari eftirgrennslan af minni hálfu reyndust íslensk matvæli, í flestum tilfellum, falla undir skilgreiningu á staðbundnum mat. Það var þó gerður greinarmunur á og best var ef hráefnið fékkst úr eigin ræktun eða næsta nágrenni. Mörk staðarins eru augljóslega teygjanleg eftir því hvað aðstæður leyfa. Fáir nefndu tengingu við hefðir af staðnum eða verklag sem bundið var við staðinn og íbúa hans, en á því voru þó undantekningar og er hverarúgbrauð og taðreyktur silungur í Mývatnssveit dæmi um það.

Þrátt fyrir að merkingin að baki staðbundnum matvælum virtist einföld þegar hún var færð í orð, var greinilegt að eitthvað annað og meira lá undir. Þannig skutu í sífelli upp kollinum hugtök eins og hreinleiki, hollusta, ferskleiki, náttúra og hefð í vangaveltum og samræðum um staðbundinn mat. Viðmælendur reyndust tengja staðbundin matvæli við mismunandi gildi og viðhorf þeirra til ýmissa samfélagsþátta endurspegluðust oft á tíðum í lýsingum þeirra og orðum. Í því sambandi var tenging þeirra við staðinn þar sem þeir búa og reka ferðapjónustu mikilvæg, sem og þau gildi sem þeir tengja við hann.

Í viðtolunum bregða heimildamenn mírir upp mynd af tengslum sínum við staðinn. Blæbrigðamunur er á því hvernig þessum tengslum er lýst eftir því hvort um er að ræða æskuslóðir viðkomandi eða ekki. Þannig hefur staðurinn aðra merkingu fyrir þá sem alist hafa þar upp, en fyrir þá sem eru aðfluttir. Öll lýsa viðmælendur sterkum tengslum við landslag staðanna og sum þeirra samböndum við sveitunga og nágranna. Þar sem um er að ræða æskuslóðir var samfélagið á staðnum meira áberandi í lýsingum fólks. Ábyrgð gagnvart efnahagslegri og félagslegri stöðu samfélagsins á staðnum er þar leiðarstef – ásamt stolti yfir því sem samfélagið og staðurinn hefur upp á að bjóða.

Oft er talað um að fólk tengist uppvaxtarstaðnum sterkum böndum – þekki hann jafn vel og lófann á sér. Í þessari fullyrðingu felst að staðurinn er afmarkaður og fyrirséður. Hann er öruggur og minningin um hann veitir skjól – rétt eins og hugmyndin um heimilið sem griðastað. Af sömu rótum eru hugmyndir um æskuslóðir sem uppistaða í sjálfsmynd einstaklinga, eða um staðinn sem burðarás í sjálfsímynd þess hóps sem byggir hann. Andstæðan er hinn hraði og hnattvæddi nútími sem er óskilgreint rými – óþekkt og ókunnugt og til þess fallið að skapar glundroða og rótleysi. Í hugmyndunum um staðinn sem afmarkaðan fellst að staðurinn hefur óumbreytanlega merkingu – er kyrrstæður og alltaf eins.

Til að byrja með virtust kenningar um stað sem afmarkaðan og fyrirséðan falla vel að lýsingum viðmælenda minna á tengslum sínum við staðinn. Eftir því sem leið á gagnagreininguna og kynnum mínum af hinum ýmsu hugmyndum fræðimanna um stað vatt fram, tók staðurinn aftur á móti að sýna á sér fleiri hliðar. Ég áttaði mig á því að þó viðmælendur mírir hafi vissulega mismunandi tengsl við staðinn, var þekking þeirra og skynjun af staðnum ávallt háð breytingum. Í gegnum lýsingar á samfélagi og staðháttum ferðuðust viðmælendur mírir gjarnan aftur í tímann og brugðu þá upp myndum af fólk, hlutum eða landslagi sem eitt sinn var. Þannig urðu lýsingar af matarhefðum af svæðinu, verklagi við matargerð eða lýsingar á matreiðslu formæðra, að ferðalagi aftur í tímann. Að sama skapi flugu frásagnir heimildamanna oft yfir hafið, þangað sem sóttar voru hugmyndir til nýsköpunar í matargerð. Enn eitt dæmið um hreyfingu staðanna voru óljós skil milli einkasviðs og opinbers sviðs. Þar sem oftast var um að ræða lítil fjölskyldufyrirtæki voru staðirnir í senn vinnustaður og heimili, og skilin þarna á milli gátu verið óskýr. Þátttaka annarra fjölskyldumeðlima í daglegum störfum ferðaþjónustunnar, efnislegir hlutir úr fjölskyldusögunni eða persónuleg samskipti við gesti sem gefa þeim innsýn inn á einkasvið

fjölskyldunnar, eru merki um þessi óljósu skil einkasviðs og þess opinbera. Meðvitað eða ómeðvitað leiða viðmælendur gesti sína þarna á milli.

Samkvæmt Barthes (1976/2008) vísar matur til aðstæðna frekar en til efnislegs hlutar. Í tilfelli staðbundinna matvæla er landslag nánasta umhverfis gjarnan raungert í matnum bæði efnislega og táknrænt með orðanotkun. Í matnum búa líka óteljandi tákna sem við notum til þess að segja hver við erum og hvernig við sjáum heiminn í kringum okkur. Við færum meðal annars gildi okkar og viðhorf yfir á matinn. Eitt af því sem stöðugt skaut upp kollinum í viðtölunum voru skírskotanir til sveitarómantíkur, dreifbýlis og sveitamennsku. Öll reka viðmælendur ferðapjónustu í sveit eða í litlum þéttbýlisstöðum í dreifbýli og þau gildi sem þeir tengja við sveitina eða dreifbýlið birtust táknrænt í orðum þeirra um matinn.

Meðal þeirra tákna sem oft er tengt við dreifbýli, er nostalgían um sveitina og þráin eftir horfnum tíma. Sveitinni er þá lýst sem rómantísku afdrepi, langt frá skarkala borganna. Með matnum er „keimur af jörðu borinn inn í okkar flókna nútímalíf“ (Williams, 1973). Hefðbundinn matur – eins og amma og mamma bjuggu til – hæfir í sveitinni og einfaldleiki og tilgerðarleysi eru höfuðgildi sveitarinnar. Of mikið „tildur“ samsvarar ekki þessari ímynd af dreifbýlinu og sveitinni er stillt upp sem andstæðu við flókið samfélag þéttbýlisins – og nútímans. Að borða staðbundinn mat og horfa á sama mat „á fæti“ fyrir utan gluggann er hluti af þessari ímynd og eykur á upplifun ferðamanna af „ekta“ sveit. Þetta á ekki síst við þar sem dýrin ganga frjáls og fá brauð úr höndum barna. Að horfa um glugga veitingastaðar á kýr mjólkast hefur svipuð áhrif – ekki síst ef drukkin er spenvolg mjólk á meðan. Frásögur af upprekstri lamba á fjall, þar sem þau ganga frjáls sumarlangt í villtri náttúrunni, gamlir hlutir úr eldhúsi ömmu uppi á vegg eða frásögur af silungsveiði, berja- og jurtatínslu í næsta nágrenni, eykur enn á ævintýrið. Sumar þessara mynda sem brugðið er upp fyrir ferðamenn tilheyra hinni rómantísku sveit og allar eru þær tákna um einfaldleika, friðsæld og tilgerðarleysi sveitarinnar.

Hin einfalda glansmynd af dreifbýlinu er á vissan hátt til þess fallin að gera lítið úr því margþætta samfélagi sem þar er – gera það fjarlægt og rómantískt. Að hluta til virtust þessar hugmyndir til komnar vegna eftirspurnar frá ferðamönnum eftir hinu sérstaka, ekta og upprunalega, sem eru gildi sem þeir tengja við dreifbýlið og staðbundna menningu. Á hinn böginn gat verið erfitt að greina í viðtölunum hvað var eftirspurn frá ferðamönnum og hvað hugmyndir viðmælendra sjálfra um sveit og dreifbýli. Þannig vísuðu orð þeirra stundum í hina rómantísku mynd. En þó rómantíkska sveitin sér hugsanlega hluti af sjálfsmynd

viðmælenda minna, er annar hluti hennar sem hefur afar jarðbundna sýn á sveitina. Sú sýn birtist í lýsingum á hversdagslífi með ærnum verkefnum, þörf á útsjónarsemi, sköpunarkrafti og þrautseigju til þess að komast af. Hún lýsir því hvernig samfélagið er í senn háð skipulagi stjórvalda og hæfni einstaklinganna til þess að taka frumkvæði og framkvæma. Stjórnvöld leggja til formið, en einstaklingarnir hræra í deigið og baka kökuna. Í hinni jarðbundnu sjálfsmynnd viðmælenda er líf í dreifbýli barátta – um að halda skóla í byggðinni, reka samkomuhúsið og nálgast gæða hráefni til matar án of mikils tilkostnaðar. Þrátt fyrir þetta bendir margt til þess að hin eilífa ímynd af rómantísku en jafnframt fábreyttu dreifbýlislífi lifi góðu lífi í nútímanum. Henni virðist jafnvel vaxa ásmegin með þeirri hnattrænu bylgju sem eftirspurnin eftir staðbundnum matvælum er.

Ferðaþjónusta sem félagslegt fyrirbæri hefur margþætt áhrif á staði og menningu þeirra. Segja má að ferðamannastaður verði til m.a. í samspili gesta og gestgjafa. Breyttar aðstæður í dreifbýli, þar sem búskapur hefur dregist saman og fólk fækkað, hefur áhrif á sjálfsmynnd íbúa og aukin ferðaþjónusta hefur þar einnig áhrif þar sem gestgjafar spegla sig í þörfum og væntingum gesta. Maturinn verður þá miðill í höndum gestgjafanna, verður tákna sveitarinnar, dreifbýlisins eða náttúrunnar. Þannig geta hugmyndir gesta haft móttandi áhrif á sjálfsmynnd gestgjafanna. Niðurstöður mínar benda til þess að þetta samspil skerpi þær hugmyndir sem viðmælendur sjálfir hafa um sveitina, dreifbýlið og sjálfa sig sem íbúa. Aukin ferðaþjónusta umbreytir ekki sjálfsmyndinni, en leiðir til þess að fólk verður meðvitaðri um umhverfi sitt og sjálft sig sem fulltrúa þess.

Í viðtolunum vísa heimildarmenn mínir í senn til sveitar og náttúru þegar þau tala um mat. Maturinn leikur lykilhlutverk í hinu dreifbýla rými þar sem náttúra og menning renna saman í eitt. Oft virðast skilin milli sveitar og náttúru óskýr og sumir af viðmælendum tengja sig meira við sveitamennsku, meðan aðrir tengja sig frekar við náttúruna – þó þeir búi á sveitabýli. Í síðastnefndu tilvikunum ber sveitin og maturinn sem þar er framleiddur tákna sem vísa í villta náttúru. Hann er ferskur og hreinn eins og náttúra Íslands og hollur vegna þess að hann verður til í hreinni náttúrunni. Þannig ber maturinn merkingu sem liggur utan hans sjálfs. Raunin er sú að nútíma landbúnaður og matvælaframleiðsla hefur lítið með villta náttúru að gera og sveitin sem framleiðslustaður matvæla er nútímalegt vélvætt og manngert umhverfi.

Það sama er uppi á teningnum þegar orðræða um mat vísar í hefðir og fortíð – hina rómantísku sveit. Þá liggur merking matarins í þeim andstæðuvenslum sem búin eru til milli

nútíðar og fortíðar. Tilvísanir í fortíðina undirstrika nútímann í matargerðinni. Tiltellið er að við erum alltaf stödd í orðræðu sem til er fyrir og hefur verið sköpuð fyrir okkur. Þegar við tölum um staðbundinn mat, þá tökum við okkur stöðu innan orðræðunnar um staðbundinn mat og sú staða hefur líka verið mótuð fyrir okkur. Þegar við tjáum okkur um matinn, þá er það táknerfi samfélagsins sem talar. Slavoj Zizek segir táknerfi nútímasamfélags vera helstu framleiðsluvöru kapitalismans og talar í því sambandi um óra sem skilgetna afurð hans. Þessir órar stjórna upplifun okkar af heiminum og okkur sjálfum, leggja okkur til langanir og þrár – allt eftir því hvað þjónar hinu kapitalísku kerfi. Það að ég skuli hafa snúið baki við pakkasúpum og telji mig þurfa að leggja áherslu á heimaræktuð og „hrein“ hráefni í súpurnar mínar er samkvæmt þessu verk táknerfisins – óranna – sem leggja mér til þessar langanir, og þrána eftir hollum, einföldum og sjálfbærum mat.

Eftirspurnin eftir staðbundnum mat byggir á sameiginlegum hnattrænum skilningi á því sem fólgioð er í hinu staðbundna. Segja má að í þessu samhengi séu staðbundin matvæli frekar fyrirbæri en efnislegir hlutir. Þau kalla fram ákveðnar myndir í hugum fólks þegar það heyrir þau nefnd. Í viðtolunum kemur fram að íslensk matarmenning er í stöðugri móton. Hún er í senn staðbundin og hluti af alþjóðlegu samhengi í gegnum innflutt hráefni og aðferðir í matargerð. Þessi sambræðingur birtist í nöfnum rétta eins og skyramísú og brodd créme brulée. Þarna er staðurinn í hinum staðbundnu íslensku matvælum á hreyfingu bæði í tíma og rúmi. Tákn íslenskrar hefðar – skyrið - og ítalskrar menningar koma saman í „skyramísú“. Og broddurinn sem fæstir íslendingar hafa aðgang að lengur, mætir hefðbundnum frönskum rétti í „brodd créme brulée“.

Í nútímanum er flest fortúlkað fyrir okkur og allur efnisheimurinn – þar með talinn matur – gerður merkingarbær. Ferðaþjónustan tekur þátt í að byggja upp þennan merkingarheim nútímans. Í gegnum kynningarefni, netið og á áfangastaðnum sjálfum er dregin upp mynd af staðnum fyrir gestina. Þeir eru búinir undir það sem koma skal í gegnum heimasíður og samfélagsmiðla þar sem myndir og frásagnir byggja upp væntingar – meðal annars nostalgíu um sveitina og ósnortna náttúru. Nútímataekni hefur ýtt undir mikilvægi staðarins í heimi markaðssetningar og viðskipta, m.a. með því að gera það mögulegt að komast í persónulegt samband við viðskiptavini um heiminn þveran og endilangan. Með því að vísa í senn til íslenskra hefða, staða og alþjóðlegrar matargerðar erum við að sýna að við höfum þróast til nútímasamfélags.

Tengingin við náttúru Íslands, hefð og nýsköpun eru leiðarstef í lýsingum viðmælenda minna á áherslum sínum í matargerð. Þessar áherslur eru líkt og rauður þráður í öllum viðtölunum og endurspeglar á ýmsa vega áherslur hins opinbera í kynningarefni um íslenskan mat og matvælaframleiðslu. Einstaklingar tilheyra mismunandi hópum, þar sem flókið net samskipta býr til menningu hópsins. Ímynd þess sem hópurinn á sameiginlegt býr til sjálfsmynd hópsins. Sú ímynd styðst ekki alltaf við raunveruleikann, en er engu að síður mikilvægur hluti af hugmyndum okkar og skynjun af heiminum. Það má sjá fyrir sér að hugmyndin um hóp byggi á samtalí milli raunverulegra samskipta fólks og ímyndarinnar um hið sameiginlega. Þannig eru daglegar athafnir viðmælenda minna tengdar mat og matarmenningu í ferðaþjónustunni í samtalí við ímyndina og orðræðuna um íslensk matvæli. Í forgrunni þeirrar orðræðu og ímyndar er íslensk náttúra.

Við greiningu rannsóknargagna komst ég að þeirri niðurstöðu að hlutur matar í opinberri ímyndarsköpun Íslands er líttill. Ennfremur að sú ímynd sem tengd er matnum er að mestu byggður á gömlum og nýjum hugmyndum um *Norðrið* sem upprunalegt, auðugt, sjálfbært, skapandi og framsækið. Þar er villt náttúra og hefðir grunnstef sem allt annað byggir á. Ímyndarsköpun í nútímanum byggir þannig á viðvarandi staðalímyndum um þennan heimshluta, land og þjóð, sem að því er virðist ganga sífellt í endurnýjun lífdaga. Í viðtölunum er íslensk matvælaframleiðsla tengd við hreina og ferska náttúru. Viðmælendur eiga þó erfitt með að tengja einstök hráefni við náttúruna, en nefna lambakjöt, jurtir og ber í því sambandi. Niðurstaða mín er að viðmælendur mírir endurspegli að miklu leyti þá ímynd sem Íslandsstofa gefur af íslenskri matvælaframleiðslu, þ.e. að um sé að ræða gæðavöru í hreinu umhverfi.

Í kynningarefni Íslandsstofu og orðum viðmælenda minna um íslensk matvæli er náttúran kyndilberinn og hreinleiki hennar gulleggið – einnig er vísað í uppruna, sögu og hefð. Í kafla fimm í ritgerðinni kemur fram hvernig íslensk stjórnvöld nýta ýmis tákna úr fortíð til þess að undirstrika sérstöðu íslenskrar þjóðar og mikilvægi þess að hópurinn standi þétt saman. Þar bregður fyrir orðræðu sjálfstæðisbaráttunnar þar sem tungumál og saga voru helstu sameiningartákn þjóðarinnar. Þessi þjóðartákn eru notuð í opinberri orðræðu enn í dag. Matur er einnig nýttur sem sameiningartákn þjóðarinnar – ekki síst það sem skilgreint er sem þjóðlegur matur. Með táknaðum mat, eins og íslenskum pönnukökum, súrmat eða lambakjöti, er hægt að raungera þau mörk sem aðskilja íslenska þjóð frá öðrum þjóðum. Þannig er hópurinn afmarkaður með orðum – m.a. í stjórnarsáttmála ríkisstjórnar eða

kynningarbæklingi ríkisstofnunar. Það sama gerist í gegnum athafnir og viðburði, eins og neyslu þjóðlegs matar við opinbera athöfn eða hefðbundna samkomu eins og þorrablót.

Að tilheyra hópi skapar öryggi og vinnur gegn þeim ótta sem fylgir nútímasamfélagi, m.a vegna hryðjuverka, umhverfishamfara eða matvælaskorts. Hnattvæðingin hefur þó gjörbreytt hugmyndum fólks um heiminn og gert því kleift að líta á hann sem eina heild. Aukin tölvu- og tæknivæðing ýtir undir þá skynjun. Vegna þessa getur verið erfitt að viðhalda þeirri hugmynd að hópur sem kallar sig þjóð sé mjög líkur innbyrðis og ólíkur öðrum hópum eða þjóðum. Fólk upplifir sig sífellt meira sem hluta af heiminum og mannkyninu öllu. Þrátt fyrir þetta valda sameiginleg verkefni mannkynsins (líkt og straumur stríðshjrjáðs flóttafólks til Evrópu) – og ekki síst aðgerðir gegn þeim – ótta og óöryggi. Þennan ótta nýta þjóðarleiðtogar þegar þeir nota sameinginlegan menningararf hópsins, eins og þjóðlegan mat, til þess að undirstrika mörk hans og tryggja samheldni.

Niðurstaða mín er að hugmyndir um frelsi og þörf á samstöðu sem forsendu fyrir sjálfstæði Íslendinga, eru enn ríkjandi í þjóðfélagsumræðunni. Þetta á einkum við um opinbera orðræðu, en henni bregður einnig fyrir í almennri umræðu í þjóðféluginu, líkt og í athugasemdadálkum á Internetinu. Þessi orðræða var ekki áberandi í viðtölunum, þó vissulega brygði henni fyrir. Langflestir viðmælenda minna telja þó íslenska matvælaframleiðslu mikilvæga og eru flestir á móti innflutningi á matvælum sem hægt er að rækta eða búa til hérlendis, eins og landbúnaðarvörur. Í greiningu minni á kynningarefni opinberra aðila kom í ljós að það þjóðartákn sem kemst næst náttúrunni er fiskur og saga þjóðarinna sem fiskveiðiþjóðar. Landbúnaður er lítt áberandi þjóðartákn hins opinbera.

Landbúnaður er hins vegar tákna sveitarinnar og dreifbýlis, og margir viðmælenda tengdu sterkt við þá ímynd. Leiðarstefin voru að um væri að ræða gæða matvæli sem Íslendingum væri óhætt að tengja við náttúruna og það hreina umhverfi sem hún er talin búa matvælaframleiðslu hérlendis. Þetta viðhorf var iðulega lendingin þó svo að heimildarmenn mírir settu varnagla við að tengja flestar tegundir búfjáramleiðslu, aðrar en lambakjötsframleiðslu, við villta náttúru. Þeir voru margir gagnrýnir á það kerfi sem íslensk matvælaframleiðsla og -smásala býr við, og töldu það á ýmsan hátt hamlandi fyrir frumkvæði og nýsköpun í matvælaframleiðslu og ferðaþjónustu. Að bjóða upp á staðbundin matvæli í ferðaþjónustu væri þannig mun flóknara en að bjóða upp á hálftilbúinn innfluttan mat úr pökkum. Kerfið krefst þess í raun af viðmælendum mínum að þeir séu staðfastir og hafi

úthald til þess að að bjóða upp á staðbundinn mat. Þannig má segja að orðræðan sem til verður í kerfinu, sem ýtir undir framleiðslu og neyslu á staðbundnum mat, sé í mótsögn við kerfið sjálft.

Staðbinding matvæla tengist m.a. því að endurnýja traust neytenda á matvöru sem iðnvætt matvælakerfi nútímans hefur tapað. Að tapa trausti neytenda getur verið dýrkeypt. Nýlegt dæmi úr íslensku þjóðlifi, þar sem íslenskt og írskt smjör var meðal annars til umræðu, sýnir að neytendur eru viðkvæmir fyrir því sem þeir upplifa sem vörusvik. Það sýnir einnig þá tilhneigingu að teygja mörk upprunans í þágu pólitískra, jafnt sem markaðslegra hagsmuna. Eitt af því sem kemur sterkt fram í viðtölunum er mikilvægi þess að vera heiðarleg gagnvart gestum og segja þeim hvaðan maturinn kemur – alveg sama hvaðan hann kemur. Að mati flestra viðmælenda er í lagi að teygja mörk upprunans þegar aðstæður leyfa ekki annað. Það breyti því þó ekki að heiðarleiki í viðskiptum er það sem skiptir máli.

Þó flestir viðmælenda minna vilji síður tengja hugmyndir sínar, hráefni og matargerð við menningararf og hefðir, kemur í ljós að hefðin er ekki langt undan í skipulagningu og athöfnum daglegs lífs í eldhúsi ferðabjónustunnar. Allir heimildarmenn mírir höfðu þann viðtekna skilning á hefðinni að hún tilheyrði því sem liðið er – væri leifar fortíðar. Sem dæmi nefndu margir súrmatinn og það sem tilheyrir þorrablótstrogini – „gamla matinn“. Slíkt var yfirleitt ekki í boði hjá þeim og því var hefðin ekki til staðar. Viðtölin leiddu þó í ljós að hefðin var á næsta leiti og birtist í uppskriftum frá ömmu og mömmu sem búið var að laga að nútímakröfum, íslenskri kjötsúpu með persónulegum blæ matreiðslumannsins og hefðbundnu hangikjöti sem borið var fram með framandi kryddi og jurtum. Með þessu sýni ég fram á að hefðin er hreyfing sem er sköpuð og endursköpuð í athöfnum einstaklinganna. Þó hún eigi sér rætur í fortíð, aðlagar hún sig stöðugt að nýjum kröfum og endurnýjar sig. Þannig er hefðin ávallt ný og tekur mið af þeim tíma og þeirri menningu sem hún er hluti af – en þó með annan fótinn í fortíðinni. Þjóðlegur matur þróast með þjóðinni – og verður ekkert minna þjóðlegur þó hann taki mið af nútíma jafnt sem fortíð.

Líkt og þegar hefur komið fram töldu viðmælendur mírir stór matvælafyrirtæki of ráðandi á íslenskum markaði og að sú „hagræðing“ sem orðið hefur í íslenskri matvælaframleiðslu væri á ýmsa vegu óhagstæð fyrir lítil fyrirtæki, bæði á matvælamarkaði og í ferðabjónustu. Í kafla sex greindi ég frá reglum Evrópusambandsins um vernd landfræðilegra merkinga matar. Rannsóknir Mattioli (2013) og May (2013) sýndu að kerfið vinnur með ýmsu móti gegn smærri matvælafyrirtækjum og bændum sem hafa minni

möguleika á að fá upprunavottun á afurðir sínar og verða því af því forskoti á markaði sem þessi vottun veitir. Önnur niðurstaða rannsókna Mattioli og May var að vottunin staðli matvælin og dragi þannig úr fjölbreytileika í framleiðslu þeirra. Að lokum sýndu rannsóknirnar fram á að stórfyrirtæki á matvælamarkaði sækja í að fá einkaleyfi fyrir vottuðum vörumerkjum og koma þannig í veg fyrir að smærri fyrirtæki og einstaklingar fá upprunavottorð á sínar vörur.

Hér á landi gengu í gildi lög um vernd afurðaheita sem vísa til uppruna, landsvæðis eða hefðbundinnar sérstöðu árið 2014. Lítill reynsla er komin á lögin og hvaða áhrif þau muni hafa hérlandis. Í ritgerðinni velti ég upp spurningum um það hvernig lögin muni virka og hvaða áhrif þau muni hafa á smáframleiðslu matvæla og lítil fyrirtæki í ferðaþjónustu hérlandis – með hliðsjón af þróuninni í Evrópu. Ég sprýr meðal annars hvaða áhrif það muni hafa á einstaklinga eða lítil fyrirtæki sem framleiða matvæli úr eigin afurðum. Þá sprýr ég hvaða áhrif það myndi hafa ef framleiðsla á hefðbundnum matvælum, eins og hangikjöti eða skyri, verður stöðluð líkt og virðist gerast með upprunatengd matvæli í Evrópusambandinu. Þetta efni tel ég verðugt að rannsaka og fylgjast með næstu ár.

Rannsóknir á mat bjóða upp á fjölmarga möguleika. Þær snúast um uppbyggingu samfélagsins, samskipti fólks og sampil fólks og samfélags. Í ritgerðinni hef ég rætt og velt upp ýmsum spurningum sem snerta samfélagið og einstaklingana sem það byggja. Ég hef skoðað hvernig matur getur verið táknað og hópa, hvernig merking matarins liggar oft fyrir utan hann sjálfan og hvernig hugmyndir okkar um mat eru þéttofnar viðurkenndum hugmyndum og menningu samtímans. Ég hef einnig greint frá því hvernig maturinn getur verið efni í sköpun og gefið daglegu lífi einstaklinga merkingu. Nú líður að kvöldmat og fyrir utan skrifstofuna mína bíða svangir strákar eftir því að að mamma þeirra eldi handa þeim. Ég veit ekki enn hvað ég ætla að matreiða, en eitt er víst að ég mun setja sál mína í pottana.

Varmahlíð í Skagafirði, 6. september, 2015

Laufey Haraldsdóttir

Heimildir

Ritaðar heimildir

- Abrahams, R. D. (2003). Identity. Í B. Feintuch (ritstj.), *Eight Words for the Study of Expressive Culture*, (bls. 198-222). Urbana og Chicago: University of Illinois Press.
- Albala, K. (ritstj.)(2013). *Routhledge International Handbook of Food Studies*. Oxon, New York: Routhledge.
- Alessio, D. og Johannesdottir, A.L. (2011). Geysers and 'girls': Gender, power and colonialism in Icelandic tourist imagery. *European Journal of Women's Studies*, 18 (1), 35-50.
- Amilien, V. (2005). Preface: About local food. *Anthropology of Food* [rafrænt tímarit], 4. Sótt 11. desember 2013 á <http://aof.revues.org/305>
- Anna Dóra Sæþórsdóttir (2014). Þolmörk ferðamanna: eru ferðamenn ónæmir fyrir vaxandi ferðamennsku? Í Ingjaldur Hannibalsson *Rannsóknir í félagsvísendum XV*. Erindi flutt á ráðstefnu í október 2014. Reykjavík: Félagsvísendastofnun Háskóla Íslands.
- Anderson, B. (1983/2006). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (endurskoðuð útgáfa). London: Verso.
- Anttonen, P. (2005) *Tradition Through Modernity. Postmoderism and the Nation-State in Folklore Scolarship*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity At Large: Cultural Dimentions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Árni Jósteinsson, Elín Berglind Viktorsdóttir og Laufey Steingrímsdóttir (2007). *Heimavinnsla matvæla*. Grein í ráðstefnuriti, Fræðaþing Landbúnaðarins 15. febrúar 2007. Sótt 10 ágúst 2015 á [http://landbunadur.is/landbunadur/wgsamvef.nsf/0/9b7afdc9a6256c2f002572e6004f2197/\\$FILE/Heimavinnsla%20matv%C3%A6la_grein.pdf](http://landbunadur.is/landbunadur/wgsamvef.nsf/0/9b7afdc9a6256c2f002572e6004f2197/$FILE/Heimavinnsla%20matv%C3%A6la_grein.pdf).
- Bardone, E. (2013). Strawberry fields forever? Foraging for the changing meaning of wild berries in Estonian food culture. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology. Special Issue: Foodways Redux*, 43(2), 30-46.
- Barthes, R. (1957). Myth today. Í *Mythologies* (bls. 117-174). London: Paladin.
- Barthes, R. (1979) Toward a psychosociology of contemporary consumption. Í R. Foster og O. Ranum (ritstj.), *Food and drink in history* (bls. 166-173). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Bauman, R. (2002). Disciplinarity, reflexivity, and power in verbal art as performance: A response. *The Journal of American Folklore*, 115(455), 99-98. DOI: 10.2307/542080.
- Beck, U. (2007). *Risk Society. Towards a New Modernity* (M. Ritter þýddi). Los Angeles, London, New Delhi og Singapore: Sage Publications.
- Belasco, W. (2008). *Food. The Key Concepts*. Oxford og New York: Berg.
- Bendix, R. (1989). Tourism and cultural display: Inventing traditions for whom? *Journal of American Folklore*, 102, 131-146.
- Berg, B. L. (2009). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (7. útg.). Boston, London og Singapore: Allyn & Bacon.
- Bessiére, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attraction in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. DOI: 10.1111/1467-9523.00061.

- Bérard, L. og Marchenary, P. (2007). Localized products in France: definition, protection and value-adding. *Anthropology of Food* [rafrænt tímarit], S2. Sótt 20. febrúar 2015 á <http://aof.revues.org.415>
- Björn Þorláksson (2012). *Ég er dreifþýlistútta í eðli mínu.* Viðtal við Guðnýju Jóhannesdóttur í Akureyrarblaðinu 23. 06.2012. Sótt 20.mars 2015 á <http://www.akv.is/akvbl/mannlifid/2012/06/23/eg-er-dreifþýlistutta-i-edli-minu/>
- Blake, M. K., Mellor, J. og Crane, L. (2012). Buying local food: shopping practices, place and consumption network in defining food as 'local'. *Annals of Association of American Geographers, 100*(2), 409-426.
- Blekesaune, A., Brandth, B. og Haugen, M.S. (2010). Visitors to farm tourism enterprises in Norway. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 10*, 54-73.
- Boniface, P. (2003). *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink.* Aldershot og Burlington: Ashgate.
- Bourdieu, P. (2006). Objectification objectified. Í H. L. Moore og T. Sanders (ritstj.). *Anthropology in Theory: Issues in Epistemology* (bls. 169-178). Malden: Blackwell.
- Bronner, S. J. (2012). Practice theory in folklore and folklife studies. *Folklore 123*(1), 23-47.
- Brundtland, G. H. (1987). *Report on the world commision on environment and development: Our common future.* Sótt 7. maí 2015 á <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>.
- Bryndís Björgvinsdóttir (2010). Menningararfur sem ásetningur. *Skírnir, 184*(vor), bls. 100-120.
- Byrkjeflot, H., Strandgaard Pedersen, J. og Svejenova, S. (2013). From label to practice: the process of creating New Nordic Cuisine. *Journal of Culinary Science & Technology, 11*, 36-55.
- Bærenholdt, J. O., Haldrup, M., Larsen, J. og Urry, J. (2004). *Performing Tourist Places.* Aldershot og Burlington: Ashgate.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory* (2. útg.). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore og Whasington DC: Sage.
- Country Hotel Anna (án árs). *Country Hotel Anna.* Kynningarbæklingur um Hótel Önnu, stærð 10x21(túristi). Fengið á hótelinu í október 2014. Í vörlu höfundar.
- Cresswell, T. (2002). Introduction. theorizing place. In G. Verstraete og T. Cresswell (ritstj.) *Mobilizing place, placing mobility. The politics of representation in a globalized world* (bls. 11-31). New York: Rodopi.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches* (3. útg.). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore og Washington DC: Sage.
- Dare, R, Jönsson, H. og Knutsson, H. (2013). Adding value in food production. Í I. Muzzalupo (ritstj.), *Agricultural and Biological Sciences. Food Industry.* InTech, DOI: 10.5772/53174. Sótt 15. ágúst 2015 á <http://www.intechopen.com/books/ food-industry/adding-value-in-food-production>.
- Dundes, A. (1980). *Interpreting Folklore.* Bloomington: Indiana University Press.

- Einar Karl Haraldsson (2012). *Vernd voruheita. Greinargerð um landfræðilegar merkingar á vegum Samtaka mjólkur - og kjötframleiðenda og Samtaka iðnaðarins*. Sótt 15. ágúst 2015 á <http://www.si.is/media/matvaelaidnadur/Vernd-voruheita-skyrsla.pdf>.
- de Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday life* (S. Rendell, þýddi). Berkley, Los Angeles, London: University of California Press.
- de la Barre, S. and Brouder, P. (2013). Consuming stories: Placing food in the arctic tourism experience. *Journal of Heritage Tourism*, 8 (2-3), 213-223.
- Edward Hákon Huijbens og Gunnar Þór Jóhannesson (2013). *Ferðamál á Íslandi. Heildstætt grundvallarrit um ferðamál*. Reykjavík: Mál og menning.
- Eger, M. A. og Valdez, S. (2014). Neo-nationalism in western europe. *European Sociological Review*, 31(1), 115-130. DOI: 10.1093/esr/jcu087.
- Einar Már Guðmundsson (2007). Hin frjálsa frásögn. *Skírnir - Tímarit hins íslenska bókmenntafélags* (H. Guðmundsson, ritstj.), 181(vor), 167-179.
- Everett S. (2012). Production places or consumption spaces? The place-making agency of food tourism in Ireland and Scotland. *Tourism Geographies*, 14(4), 535-554.
- Fanney Björg Sveinsdóttir (2012). *Upprunamerkingar og markaðssetning svæðisbundna matvæla*. Reykjavík: Matís ohf.
- Ferðamálastofa (án árs). *Heildarfjöldi erlendra ferðamanna 1949-2014*. Sótt 23. maí 2015 á <http://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/fjoldi-ferdamanna/heildarfjoldi-erlendra-ferdamanna-1949-2013>
- Ferðamálastofa (2014). *Erlendir ferðamenn á Íslandi*. Sótt 26. maí 2015 á http://www.ferdamalastofa.is/static/research/files/2014-12-17_ferdamalastofa_irlendirferdamenn_an_vaka_maskinuskyrsla_islenska-pdf
- Ferðamálastofa (2015). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum, apríl*. Sótt 26. maí 2015 á http://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamyndir/2015/mai/fertjon_i_tolum4.pdf.
- Ferðamálastofa (2015-a). *Ferðapjónusta á Íslandi í tölum*. Sótt 5. maí 2015 á http://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/Frettamyndir/2015/april/ferdatjon_i_tolum_2015_heild.pdf.
- Frisvoll, S. (2013). Conceptualising authentication of ruralness. *Annals of Toursim Research*, 43, 272-296. DOI: 10.1016/j.annals.2013.07.006.
- Frykman, J. og Löfgren, O. (1979/2005). *Culture Builders. A Historical Anthropology of Middle-Class Life* (A. Crozier þýddi). New Brunswick, New Jersay og London: Rutgersuniversity Press.
- Gabbert, L. (1999). The text/context controversy and the Emergence of behavioral Approaches. *Folklore Forum*, 30(1 og 2), 119-128.
- Gabbert, L. og Jordan-Smith, P. (2007). Space, place, emergence. *Western Folklore* 66(3/4), 217-232.
- Geitafell (án árs). *Vatnsnes. Nature's work of art*. Kynningarbæklingur um Geitafell og Vatnsnes, stærð 10x21 (túristi). Fendið að Geitafelli 4. júní 2014. Í vörlu höfundar.
- Getz, D., Andersson, T., Robinson, R. og Vujicic, S. (2014). *Foodies & Food Tourism*. Oxford: Goodfellow Publisher.

- Giard, L. (1998). Doing-Cooking. Í M. de Certeau, L. Giard og P. Mayol (ritstj.), *The practice of everyday life. Vol 2: Living and cooking* (T. J. Tomasik þýddi), bls. 149-248. Minneapolis og London: University of Minnesota Press.
- Giddens, A. (1979). Central Problems in Social Theory. Action, Structure and Contradiction in social analysis. Berkley, Los Angeles: University of California Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Camebridge: Polity Press/Blackwell.
- Giolláin, D. Ó. (2000/2007). *Locating Irish Folklore. Tradition, Modernity, Identity*. Cork: Cork University Press.
- Goffman, E. (1959/1990). *The Presentation of Self in Everyday Life*. London og New York: Penguin Books.
- Guðmundur Hálfðánarson (2001/2007). *Íslenska þjóðríkið – uppruni og endimörk*. Reykjavík: Hið íslenska bókmenntafélag og ReykjavíkurAkademían.
- Guðrún Þóra Gunnarsdóttir (2007). Forsíða Íslands: Athugun á landkynningarbaeklingum. Í Ingjaldi Hannibalssyni (ritstj.), *Rannsóknir í félagsvísendum VIII, Viðskipta- og hagfræðideild* (bls. 167-180). Reykjavík: Félagsvíindastofnun Háskóla Íslands.
- Gunnarsdóttir, G. Þ. (2011). Reflecting images: The front page of Icelandic tourism brochures. Í S. Ísleifsson og D. Chartier (ritstj.) *Iceland and images of the North*, (bls. 531-551). Québec: Presses de l'Université du Québec og Reykjavíkurakademían.
- Gupta, A. og Ferguson, J. (1992). Beyond „culture“: Space, identity, and the politics of diffrence. *Cultural Anthropology*, 7(1), 6-23.
- Hagstofa Íslands (2012). *Landshagir 2012*. Sótt 10. ágúst 2015 á <http://www.statice.is/lisalib/getfile.aspx?itemid=14336>
- Hallgerður Gísladóttir (1999). *Íslensk matarhefð*. Reykjavík: Mál og menning.
- Hall, C. M. og Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. Í A.M. Hjalager og G. Richards (ritstj.), *Tourism and gastronomy*, (bls. 71-90). London: Routledge.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R. Macionis, N. og Cambourne, B. (ritstj.) (2003). *Food Tourism Around the World. Development, Management and Markets*. Amsterdam, Boston o.fl.: Butterworth Heinemann.
- Hall, C. M. og Gössling, S. (ritstj.) (2013). *Sustainable Culinary Systems. Local food, Innovation, Tourism and Hospitality*. London og New York: Routledge.
- Hamnett, C. (2003). Gentrification and the middle-class remaking of inner London, 1961–2001. *Urban Studies*, 40(12), 2401-2426. DOI: 10.1080/0042098032000136138.
- Handler, R. og Linnekin, J. (1984). Tradition, Genuine or Spurious. *Journal of American Folklore*, 97, bls. 273-279.
- Hannes Pétursson (2011). *Jarðlag í tímanum. Minningamyndir úr barnæsku*. Reykjavík: Forlagið.
- Helga Dís Björgúlfssdóttir (2014). Kviknaði á skynfærunum í Frakklandi, viðtal Helgu Dísar við Pálínu Jónsdóttur í *Vikan* 26(76), 34-38.
- Helga Tryggvadóttir (2005). Hin íslenska þjóðerniskind. Birt á vefritinu *Hugsandi* 20. október 2005. Sótt 23. júní 2015 á <http://hugsandi.is/articles/hin-islenska-thjoderniskind/>

- Hjalager, A.M. og Richards, G. (ritstj.) (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Hólmfríður Þorgeirs dóttir, Hrund Valgeirs dóttir, Ingibjörg Gunnarsdóttir, Elva Gísladóttir, Bryndís Elva Gunnarsdóttir, Inga Þórsdóttir, Jónina Stefánsdóttir og Laufey Steingrímsdóttir (2011). *Hvað borða Íslendingar. Könnun á mataræði Íslendinga 2010-2011*. Sótt 10. ágúst 2015 á http://www.landlaeknir.is/servlet/file/store93/item14901/Hva%C3%B0or%C3%BA%C20bor%C3%BA%C20%C3%8Dslendingar_april%202012.pdf.
- Hrönn Hafliðadóttir (2014). *Þróun á áfangastaðnum The Arctic North eða Heimskautasvæðinu Norðurlandi*. Akureyri: Markaðsstofa Norðurlands.
- Hufford, M. (2003). Context. . Í B. Feintuch (ritstj.) *Eight words for the study of expressive culture*, (bls. 146-175)). Urbana og Chicago: University of Illinois Press .
- Hultman, J. og Hall, C.M. (2012). Tourism placemaking. Governance of locality in Sweden. *Annual of Tourism Research*, 39(2), 447-570. Doi: 10.1016/j.annals.2011.07.001.
- Húni Heiðar Hallsson, Íris Egilsdóttir, Jóna Benný Kristjánsdóttir og Guðjón Þorkellsson (2011). *Lagaumhverfi heimavinnslu landbúnaðarafurða á Íslandi*. Útgáfustað vantart: Beint frá býli.
- Ingólfur Ásgeir Jóhannesson (2006). Leitað að mótsögnum. Um verklag við orðræðugreiningu. Í Rannveig Traustadóttir (ritstj.). *Fötlun, hugmyndir og aðferðir á nýju fræðasviði*. Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Íslandsbanki (2014). *Íslenski sjávarútvegurinn*. Skýrsla gefin út í nóvember 2014. Sótt 10. maí 2015 á <https://www.islandsbanki.is/library/Skrar/Seafood-Reports/Islenski-Sjavarutvegurinn-2014-LQ.PDF>.
- Íslandsstofa (án árs). *Icelandic Food Produce*. Einblöðungur, kynningarefni um íslenskan mat. Reykjavík: Íslandsstofa.
- Ísleifsson, S. (2011). Imaginations of National Identity and the North. Í S. Ísleifsson og D. Chartier (ritstj.). *Iceland and Images of the North*, (bls. 3-22). Québec: Presses de l'Université du Québec og Reykjavíkurakademían.
- Jóhannesson, G.T., Huijbens, E. og Sharpley, R. (2010). Icelandic tourism: Past directions – future challenges. *Tourism Geographies* 12 (2), 278-301. DOI: 10.1080/14616680903493670.
- Jóhannesson, G. T. (2005). Tourism translations: Actor-network theory and tourism research. *Tourist Studies*, 5(2), 133-150.
- Jón Þór Pétursson (2009). "kryddar sig sjálft". *Náttúra-Hefð-Staður*. (óútgefin meistararitgerð), Háskóli Íslands. Sótt á http://skemman.is/stream/get/1946/3847/11436/1/Skemman_fixed.pdf.
- Jón Þór Pétursson (2013) Eduardo's apples. The ao-production of personalized food relationships. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology. Special issue: Foodways Redux* 43(2), 17-29.
- Jönsson, H. (2013). Introduction. Chef celebrities, foodstuff anxieties and (un)happy meals. An introduction to foodway redux. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology. Special issue: Foodways Redux* 43(2), 5-16.
- Kapchan, D. A. (2003). Performance. Í B. Feintuch (ritstj.), *Eight words for the study of expressive culture*, (bls. 121-145). Urbana og Chicago: University of Illinois Press.

- Karl Friðriksson og Sævar Kristinsson (án árs). *Klasar. Samstarf í samstarfi*. Sigurður Steingrímsson, (ritstj.) Akureyri: Impra, Nýsköpunarmiðstöð Íslands.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. og Gablik, S. (1995). The aesthetics of everyday life. Í S. Gablik (ritstj.), *Conversations before the end of time. Dialogues on art, life & spiritual renewal*, (bls. 410-433). New York: Thames and Hudson.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1996). Topic drift. Negotiating the gap between the field and our name. *Journal of Folklore Research*, 33(3), 245-254.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Foreword. Í Lucy M. Long (ritstj.) *Culinary Tourism*, (bls. xi-xiv). Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Kirschenblatt-Gimblett, B. (2007). Making sense of food in performance: The table and the stage. – In: *The Senses in Performance*. Eds. Sally Banes; André Lepecki. New York; London: Routledge, pp. 71-89.
- Koch, G. (2012/2014). Work and Professions. Í R. F. Bendix og G. Hasan-Rokem (ritstj.), *A Companion to Folklore* (bls. 154-169). Malden, Oxford og West Sissex: Wiley Blackwell.
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2009). *Interviews. Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2. útg.). Thousand Oaks, London, New Delhi og Singapore: Sage Publications.
- Köstlin, K. (1997). The passion for the whole: Interpreted modernity or modernity as interpretation. *The Journal of American Folklore*, 110(437), 260-276.
- Laxdælasaga* (1920). Búið hefur til prentunar Benedikt Sveinsson. Reykjavík: Kostnaðarmaður Sigurður Kristjánsson.
- Larsen, H. P. (2010). Performing tasty heritage. Danish cuisine and playful nostalgia at restaurant noma. *Ethnologia Europaea*, 40(2), 90-102.
- Lasley, C og Morrison, A. (ritstj.) (2000). *In Search of Hospitality. Theoretical Perspectives and Debates*. New York: Routledge.
- Laufey Haraldsdóttir (2009). Að borða mat en bragða svæðið. Þarfir og væntingar ferðamanna til veitinga á ferðalögum. Í I. Hannibalsson (ritstj.) *Rannsóknir í félagsvísdum X*, (bls. 399-412). Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Laufey Haraldsdóttir og Guðrún Þóra Gunnarsdóttir (2014). Clean, fresh and simple: „spicing up“ the New Nordic Cuisine. Í Lee Jolliffe *Spices and tourism. Destinations, attractions and cuisines*, (bls. 169-182). Bristol, Buffalo og Toronto: Channel View Publications.
- Lefebvre, H. (1991/2001). *The Production of Space* (D. Nicholson-Smith, þýð.). Oxford og Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.
- Long, L. (ritstj.) (2004). *Culinary Tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Long, L. M. (2004). Introduction. Í Lucy M. Long (ritstj.) *Culinary tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- Long, L. M. (2009). Introduction. *Journal of American Folklore*, 122(483), 3-10.
- Lýður Björnsson (2005). *Saga verslunar á Íslandi*. Reykjavík: Viðskiptaráðuneyti. Sótt 10. febrúar 2015 á http://www.svth.is/component?option=com_docman/task,doc_view/gid,85/Itemid,69/

Lög um vernd afurðarheita sem vísa til uppruna, landsvæðis eða hefðbundinnar sérstöðu, þar sem fyrirmyndin eru evrópsku reglurnar, nr. 130/2014. Sótt 15. ágúst 2015 af <http://www.althingi.is/altext/144/s/0806.html>.

MacCannel, D. (2001) Tourist agency. *Tourist Studies*. 1(1), 23-37.

Magnfríður Júlíusdóttir, Anna Karlsdóttir, Karl Benediktsson, Inga Elísabet Vésteinsdóttir og Sigfús Steingrímsson (2009). *Litróf búskapar og byggða: Fjölpættur landbúnaður á Íslandi*. Reykjavík: Háskóli Íslands.

Mak, A.H.N., Lumbers, M. og Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research* 39(1), 171-196. Doi: 10.1016/j.annals.2011.05.010.

Mark Emil Tholstrup Hermansen (2012). Creating Terroir. *Anthropology of food* [rafrænt tímarit], S7. Sótt 21. janúar 2015 á <http://aof.revues.org/7249>

Massey, D. (2005). *For Space*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore og Washington DC: Sage.

Mattioli, F. (2013). The property of food. Geographical indication, Slow Food, Genuino Clandestino and the politics of property. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology. Special issue: Foodways Redux* 43(2), 47-61.

May, S. (2013). Cheese, commons and commerce. On the politics and practices of branding regional food. *Ethnologia Europaea. Journal of European Ethnology. Special issue: Foodways Redux* 43(2), 62-77.

Merleau-Ponty (1945/2012). *Phenomenology of Perception*. (D.A. Landes þýddi). New York: Routledge.

Miller, J. og Deutsch, J.(2009). *Food Studies. An Introduction to Research Methods*. Oxford og New York: Berg.

Morris, C. og Buller, H. (2003) The local food sector: a preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire. *British Food Journal*, 105, 559-566.

Nilsson, J. H. (2013). Nordic eco-gastronomy: the Slow Food concept in relation to Nordic gastronomy. Í C. M. Hall og S. Gössling (ritstj.) *Sustainable culinary systems, Local foods, innovation, tourism and hospitality* (bls. 189-204). London og New York: Routledge.

Norræna ráðherranefndin (2014). *Vöxtur, velferð og gildi. Áætlun fyrir formennsku Dana í Norrænu ráðherranefndinni 2015*. Kaupmannahöfn: Norræna ráðherranefndin. Sótt 14. janúar 2015 á <http://island.um.dk/is-IS/~/media/Island/Documents/Islandsk%20version%20af%20formandskabsprogrammet.pdf>.

Noyes, D. (2012/2014). The social base of folklore. Í Bendix, R. og Hasan-Rokem, G. (ritstj.) *A companion to folklore*, (bls. 13-39). Malden, Oxford og Chichester: Wiley Blackwell.

Noyes, D. (2003). Group. Í B. Feintuch (ritstj.) *Eight words for the study of expressive culture*, (bls. 7-41). Urbana og Chicago: University of Illinois Press .

Oring, E. (ritstj.)(1986). *Folk Groups and Folklore Genres*. Logan: Utha State University Press.

Ortner, S. B. (1984). Theory in anthropology since the sixties. *Comparative Studies in Society and History*, 26(1), 126-166.

Perkins, H. C. & Thorns, D. C. (2001) Gazing or Performing? Reflections on Urry's Tourist Gaze in the Context of Contemporary Experience in the Antipodes. *International Sociology*, 16(2), 185-204.

- Porter, M.E. (2000). Location, competition and economic development: Local clusters in global economy. *Economic Development Quarterly*, 14, 15-34.
- Pratt, J. (2007). Food values: The local and the authentic. *Critique of Anthropology* 27, 285-300.
- Ren, C. (2011). Non-human agency, radical ontology and tourism realities. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 858-881.
- Risvik, E. og Grøntoft, M. (2010). *Ny Nordisk Mat, idéer och initiative. Redovisering av programmet 2007-2009*. Kaupmannahöfn: Norræna ráðherranefndin. Sótt 13. janúar 2015 á <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:701600/FULLTEXT01.pdf>.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. Í M. Featherstone, S. Lash og R. Robertson (ritstj.), *Global modernities*, (bls. 25-44.) London: Sage Publication Ltd.
- Rúnar Marvinsson (2008). Náttúran sér um sína. Reykjavík: White River.
- Said, E. (1978/2003). *Orientalism*. London: Penguin.
- Schmidt-Lauber, B. (2012/2014). Seeing, hearing, feeling, writing. Approches and methods from the perspective of ethnological analysis of present. Í R. Bendix og G. Hasan-Rokem (ritstj.), *A Companion to folklore*, (bls. 559-578). Malden, Oxford og Chichester: Wiley Blackwell.
- Schram, K. (2011). Banking on borealism: Eating, smelling and performing the North. Í S. Ísleifsson og D. Chartier (ritstj.). *Iceland and images of the North*, (bls. 305-327). Québec: Presses de l'Université du Québec og Reykjavíkurakademíán.
- Shuman, A. (1993). Dismantling local culture. *Western Folklore. Theorizing Folklore: Toward New Perspectives on the Politics of Culture*, 52(2/4), 345-364.
- Shuman, A. og Briggs, C. L. (1993). Introduction. Í A. Shuman og C. L. Briggs, *Western Folklore, Sérhefti; Theorizing Folklore: Toward New Perspectives on the Politics of Culture*, 52(2/4), 109-134.
- Sigríður Matthíasdóttir (2004). *Hinn sanni Íslendingur – þjóðerni, kyngervi og vald á Íslandi 1900-1930*. Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Sigrún Elsa Smáradóttir (2015). Nýsköpun á svíði lífhagkerfis. Í Sveinn B. Aðalbjörnsson, Matís. *Ársskýrsla 2014*. Reykjavík: Matís ohf.
- Sigrún Hanna Þorgrímsdóttir (2015). *Heimilið er hægfara atburður. Þjóðfræðileg greining á stúdentaráðum*. (óútgefin meistararitgerð), Háskóli Íslands. Sótt á http://skemman.is/stream/get/1946/20467/47302/1/Heimili%C3%B0_er_h%C3%A6gfara_atbur%C3%BAr_-SH%C3%9E_MA-ritger%C3%B0_.pdf.
- Sigurður Már Harðarsson (2014). *Til eflingar ímyndar Íslands sem matvaelalands*. Viðtal við Áslaugu Þ. Guðjónsdóttur hjá Íslandsstofu í Bændablaðinu 11. desember 2014. Sótt 6. maí 2015 á <https://www.bbl.is/frettir/frettir/til-eflingar-imyndar-islands-sem-matvaelalands/4787/>
- Sims, M. C. og Stephens, M. (2005). *Living Folklore. An Introduction to the Study of People and Their Tradition*. Logan: Utah State University Press.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.

- Sims, R. (2010). Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 105-115. DOI: 10.1016/j.rurstud.2009.09.003.
- Soja, E. W. (1996/2000). *Thirdspace, Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Malden: Blackwell Publishing Press.
- Sundbo, D. I. C. (2013). Local food: the social construction of a concept. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B – Soil & Plant Science*, 63(1), 66-77. DOI: 10.1080/09064710.2013.794857.
- Svandís Egilsdóttir (2014). *Vel skal fagna góðum gesti. Gestrisni í sófasamfélagini Couchsurfing*. (óútgefin meistararitgerð), Háskóli Íslands. Sótt á http://skemman.is/stream/get/1946/18362/43765/2/Vel_skal_fagna_g%C3%B3um_gesti.pdf.
- Tchoukaleyska, R. (2012) Regulating the farmers' market: Paysan expertise, quality production and local food. *Geoforum*, 45, 211-218. Doi:10.1016/j.geoforum2012.11.006.
- Tholstrup Hermansen, M. E. (2012). Creating terroir: An anthropological Perspective on New Nordic Cuisine as an Expression of Nordic Identity. *Anthropology of Food* [rafrænt tímarit], S7. Sótt 2.september 2015 á <https://aof.revues.org/7249>
- Tholstrup Hermansen, M. E. (2012). Creating Terroir. An Anthropological Perspective on New Nordic Cuisine as an expression of Nordic identity. *Anthropology of Food* [rafrænt tímarit], S7. Sótt 11. september 2015 á <https://aof.revues.org/7249>
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33.
- Trubek, A. B. (2008). *The Taste of Place. A Cultural Journey into Terroir*. Berkley, Los Angeles og London: University of California Press.
- Tuan, Y-F. (1977/2014). *Space and place. The perspective of experience* (8. útg.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Urry, J. (1995/2002). *Consuming Places*. London og New York: Routledge.
- Utanríkisríkisráðuneytið (2013). *Skýrsla. Katrínar Jakobsdóttur samstarfsráðherra Norðurlanda um störf Norrænu ráðherranefndarinnar 2012*. Reykjavík: Utanríkisráðuneytið, Norðurlandaskrifstofa.
- Utanríkisráðuneytið (2009). *Áhættumatsskýrsla fyrir Ísland. Hnattræmir, samfélagslegir og hernaðarlegir þættir*. Sótt 29. maí 2015 á http://www.utanrikisraduneyti.is/media/Skyrslur/Skyrsla_um_ahattumat_fyrir_Island_a.pdf.
- Úlfhildur Dagsdóttir (2002). *Náttúrulega svalt. Íslensk náttúra, næturlíf og nautnir í boði Flugleiða*. Grein í Lesbók Morgunblaðsins 19. október 2002. Sótt 5. ágúst 2015 á <http://www.mbl.is/greinasafn/grein/693549/>
- Valdimar Tr. Hafstein (2006). Menningararfur. Sagan í neytendaumbúðum. Í Hilma Gunnarsdóttir, Jón Þór Pétursson og Sigurður Gylfi Magnússon (ritstj.) *Frá endurskoðun til upplausnar. Tvær prófitgerðir, einn formálibrjú viðtöl, sjö fræðigreinarfimm ljósmyndir, einn eftirmáli og nokkrar minningagreinar af vettvangi hugvísinda*. Reykjavík: Miðstöð einsögurannsóknna og Reykjavíkurakademíán.
- Valgerður, G. Schiöth (2011). *Heimabakstur til sölu!*. Grein í Bændablaðinu 17(16), 15. september. Í vörslu höfundar.

- Võsu, E. og Kannike, A. (2012). My home is my stage: Restaurant experiences in two Estonian lifestyle enterprises. *Journal of Ethnology and Folkloristics* 5(2), 19-47.
- Vottunarstofan Tún ehf. (2015). *Vottunarskrá – Lífrænn landbúnaður*. Sótt 8. maí 2015 á <http://www.tun.is/FileLib/skjalasafn/skjol/vottunarskra-lifraenn-landbunadur.pdf>.
- Yeoman, I., McMahon-Beattie, U., Fields, K., Albrecht, J. og Meethan, K. (ritstj.) (2015). *The Future of Food Tourism: Foodies, Experiences, Exclusivity, Visions and Political Capital* (Aspects of Tourism). New York, Ontario og Oxon: Channel View Publications.
- Yoders, D. (1972). Folk Cookery. Í R. Dorson (ritstj.) *Folklore and Folklife. An Introduction* (bls. 325-350). Chicago og London: University of Chicago Press.
- Österlund-Pötzsch, S. (2010). The flexible space: Finland-Swedish descendants in North America. Í A. Brugge Amundsen, Arv. *Nordic Yearbook of Folklore*, 66, 197-215.
- Welz, G. (2009). Siting ethnography: Some observations on a Cypriot highland village. *Anthropological Journal on European Cultures*, 11, 137-158.
- Williams Forson, P. og Counihan, C. (ritstj.) (2012). *Taking Food Public. Redefining Foodway in a Changing World*. Kentucky and New York: Routledge.
- Williams, R. (1973). *The Country and the City*. New York: Oxford University Press.
- Wilson, G.A og Whitehead, I. (2012). Local rural product as a relic spatial strategy in globalised rural spaces: Evidence from County Clare (Ireland). *Journal of Rural Studies*, 28, 199-207.
- Zizek, S. (1997/2007). *Óraplágan* (Haukur Már Helgason þýddi). Reykjavík: Hið Íslenzka Bókmenntafélag.

Veggspjöld:

Þórðildur Ósk Halldórsdóttir, Guðrún Einarsdóttir, Þóra Valsdóttir, Kolbrún Sveinsdóttir og Laufey Haraldsdóttir (2012). Neytendahegðun og viðhorf ferðamanna til staðbundinna matvæla. Veggspjald á Þjóðarspegillinn XIII í Háskóla Íslands 26. Október.

Vefheimildir:

Arctic Comfort Hotel Vík (án árs). *Arctic Comfort Hotel Vík, Reykjavík*. Sótt 27. janúar 2015 á <http://www.arcticcomforthotel.is/lang/is/>

Atli Fannar Bjarkason (2014). *Írskt smjör á harðfiskinn*. Bakþankar á visir.is 9. janúar 2014. Sótt 10. júní 2014 af www.visir.is/irskt-smjor-a-hardfiskinn/articla/2014701099985

Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið (2014). Ávarp á Búnaðarþingi 2. mars 2014. Sótt 15. janúar 2015 á <http://www.atvinnuvegaraduneyti.is/sjavarutvegs-og-landbunadarmal/radherra/raedur-og-greinar/nr/8084>

Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið (2015). *Matvælalandið Ísland hefur mikla möguleika*. Frétt 13. maí 2015. Sótt 10. ágúst 2015 á <http://www.atvinnuvegaraduneyti.is/sjavarutvegs-og-landbunadarmal/frettir/nr/8601>

Atvinnuþróunarfélag Vestfjarða (án árs). *Veisla að Vestan*. Sótt 7. ágúst 2015 af <http://www.veislaadvestan.is/>

Atvinnuþróunarfélag Þingeyinga (án árs). *Þingeykska matarbúrið*. Sótt 7. ágúst 2015 af <http://www.attthing.is/verkefni/thingeykska-matarburid/>

Austfirskar krásir (án árs). *Austfirskar krásir*. Sótt 5. ágúst 2015 af <http://krasir.is/>

Björn S. Gunnarsson (2006). *Munur á skyri og jógúrt*. Grein á heimasíðu Matvæla- og næringafræðafélags Íslands 5. apríl 2006. Sótt 6. september 2015 á <http://www.mni.is/mni/?D10cID=ReadArticle&Id=32#>

Bændablaðið (2015). *Matarmarkaður Búrsins á laugardag og sunnudag*. Frétt 25. febrúar 2015. Sótt 12 maí 2015 á <https://www.bbl.is/frettir/frettir/matarmarkadur-bursins-a-laugardag-og-sunnudag/28/>

Bændasamtök Íslands (2013). *Mikill meirihluti vill bann á innflutningi á hráu ófrosnu kjöt*. Frétt á 23 maí 2013. Sótt 11 maí 2015 á <http://www.bondi.is/pages/23/newsid/2191>

Eyjan.is (ritstj.) (2015). *Leita á til EFTA dómstólsins vegna reglna um innflutning á fersku kjöti*. Frétt 29. apríl 2015. Sótt 10. maí 2015 á <http://eyjan.pressan.is/frettir/2015/04/29/leitaa-til-efta-domstolsins-vegna-reglna-um-innflutning-a-fersku-kjoti/>

Eybór Árnason (2015). *Lambakjöt verði viðurkennt sem þjóðarrétturinn*. Frétt á mbl.is 31. mars 2015. Sótt 15. maí 2015 á http://www.mbl.is/frettir/innlent/2015/03/31/lambakjot_verdi_thjodarretturinn/

Erla Karlssdóttir (2014). *Segir sýkingu í erlendu kjöti geta leitt til „breytingar á hegðunarmynstri”*. Frétt á dv.is 14. ágúst 2014. Sótt 10 maí 2015 á <http://www.dv.is/frettir/2014/8/14/syking-i-kjoti-sem-getur-leitt-til-breytingar-hegdunarmynstri/>

Farmers market (án árs). *Um okkur*. Sótt 15.02.2015 á <http://www.farmersmarket.is/is/um-okkur/>

Ferðamálastofa (2015-b). *70.500 ferðamenn í febrúar*. Frétt 10.mars 2015. Sótt 7. maí 2015 á <http://www.ferdamalastofa.is/is/um-ferdamalastofu/frettir/70-500-ferdamenn-i-februar>

Ferðamálastofa (án árs-a). *Samtök og stofnanir*. Sótt 23. maí 2015 á <http://www.ferdamalastofa.is/is/samstarf-og-markadir/innlent-samstarf/samtok-og-stofnanir>

Food and Fun (án árs-a). *A festival of outstanding culinary skills and fresh natural ingredients. The ultimate recipe for food and fun*. Sótt 6. maí 2015 á <http://www.foodandfun.is/>

Food and Fun (án árs – b). *Photos*. Sótt 7. maí á <http://www.foodandfun.is/photos/>

Food and fun (án árs). *Let's eat and be merry*. Sótt 24. maí 2015 á <http://www.foodandfun.is/>, forsíða

Fréttatíminn (2015). *Jógúrt selt sem skyr*. Sótt 3. September 2015 á <http://www.frettatiminn.is/jogurt-selt-sem-skyr/>

„glamcatster“ frá New York á TripAdvisor 10. júní 2015. Sótt 17. júní 2015 á http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g315845-d1420404-Reviews-Vogafjos_Guesthouse-Myvatn_Northeast_Region.html

Grillmarkaðurinn (án árs). *Velkominn á Grillmarkaðinn*. Sótt 15. maí 2015 á <http://www.grillmarkadurinn.is/>

Gunnar Atli Gunnarsson (2014). *Þingmaður Framsóknar segir Costco leiða til heilsuleysis*. Frétt á [visir.is](http://www.visir.is/thingmadur-framsoknar-segir-costco-leida-til-heilsuleysis/article/2014140709537) 3. júlí 2014. Sótt 10 maí 2015 á <http://www.visir.is/thingmadur-framsoknar-segir-costco-leida-til-heilsuleysis/article/2014140709537>

Haraldur Guðmundsson (2014). *Útflutningur á lambakjöti til Rússlands sexfaldaðist*. Frétt á visir.is 27 nóvember 2014. Sótt 10 maí 2015 á <http://www.visir.is/utflutningur-a-lambakjoti-til-russlands-sexfaldadist/article/2014711279905>

Hjörðís Björk Bjarkardóttir (2011, 26. júlí). ‘Eg ssegi bara skoðið innabúðar hjá bakaríum, veitingahúsum og sjoppum. Látum aðra umað vera í ESB:-) Því við erum sjálfstæð þjóð;-0 Innlegg á facebook. Skoðað 21. ágúst 2015 á <https://www.facebook.com/pressan/posts/256816217678783>

Hjörtur Gíslason (2007). *Hver á fiskinn í sjónum?*. Grein á mbl.is 19. mars 2007. Sótt 7 maí 2015 á <http://www.mbl.is/greinasafn/grein/1135423/>

Hofsstaðir (án árs). *Restaurant*. Sótt 24. september 2015 á <http://www.hofsstadir.is/index.php/en/the-restaurant/25-guesthouse-restaurant>

Hörður Kristjánsson (2015). *Lyfjanotkun í matvælaframleiðslu er ekki vandamál á Íslandi*. Grein í Bændablaðinu 4. September 2015. Sótt 10. September 2015 á <https://www.bbl.is/frettir/frettir/lyfjanotkun-vid-matvaelaframleidslu-er-ekki-vandamal-a-islandi/12659/>.

Iceland Naturally (án árs). *Iceland Naturally*. Sótt 6. maí 2015 á <http://icelandnaturally.com/iceland-naturally>

Iceland naturally (án árs). *Icelandair*. Sótt 24. maí 2015 á <http://icelandnaturally.com/partner/icelandair>

Ingí Freyr Vilhjálmsson (2015). *Guðbjörg fær andvirði tíu miljóna króna í makrílvóta*. Frétt í Stundinni 7. maí 2015. Sótt 9 maí 2015 á <http://stundin.is/frett/10-milljarda-makrílvotiti-gudbjargar/>

Inspired by Iceland (án árs – c). *Ask Guðmundur*. Sótt 7. ágúst 2015 á http://inspired.visiticeland.com/?utm_source=InspiredbyIceland&utm_medium=web&utm_term=InspiredbyIceland&utm_content=InspiredByIceland_URL&utm_campaign=InspiredByIceland

Inspired by Iceland (án árs-a). *Inspired by Iceland’s video*. Sótt 6. maí af <https://vimeo.com/icelandinspired/videos/sort:date>

Inspired by Iceland (án árs-b). *Inspired by Iceland – Tom Sellers*. Sótt 9 maí á <https://vimeo.com/61166132>

Íslandsstofa (án árs-a). *Um Íslandsstofu*. Sótt 6. maí 2015 á <http://www.islandsstofa.is/um-islandsstofu>

Íslandsstofa (án árs-b). *Myndbönd*. Sótt 8. maí á <http://www.islandsstofa.is/um-islandsstofu/utgefíd-efni/kynningar-myndbond/>

Íslandsstofa (án árs – c). *People and Society*. Sótt 23. júní 2015 á <http://www.iceland.is/the-big-picture/people-society>

Íslandsstofa (án árs- d). *Landkynning*. Sótt 25 júní 2015 á <http://www.islandsstofa.is/is/landkynning>

Íslandsstofa (án árs – e). *Ísland allt árið*. Sótt 15. ágúst 2015 á <http://www.islandsstofa.is/um-islandsstofu/samstarfsverkefni/island---allt-arid--inspired-by-iceland/>

Landsamband kúabænda (2015). *Grunnupplýsingar um nautgriparsækt á Íslandi*. Sótt 10. maí 2015 á <http://www.naut.is/markadsmal/mjolkurframleidsla/>

Lónkot (e.d.). *Pálína's Flower Kitchen*. Sótt 29. September 2014 á
http://lonkot.com/?page_id=57

Matarkistan Skagafjörður (án árs). Sótt 7. ágúst 2015 á
<http://www.matarkistanskagafjordur.is/is>

Matís (2014). *Ertu með gullvöru í þínnum höndum? Viltu fá mat á gæðum hennar?* Frétt 23. október. Sótt 15. janúar 2015 á <http://www.matis.is/um-matis/frettir/nr/4152>

Morganblaðið (1984). *Mjólkurframleiðsla eykst, neysla minnkar. Smjörfjallið orðið 302 tonn.* Frétt 5. desember 1984. Sótt 9. maí 2015 á http://timarit.is/view_page_init.jsp?issId=119846&pageId=1602016&lang=is&q=Smj%F6rfjalli%FO

Morganblaðið (1995). *Kreppa landbúnaðarins.* Ritstjórnargrein 19. október 1995. Sótt 9. maí 2015 á <http://www.mbl.is/greinasafn/grein/228042/>

New Nordic Food (e.d.) *NordicFood2014*. Sótt 20. janúar 2015 á <http://newnordicfood.org/projects/nordicfood2024/>

Norðurslóðanet Íslands (án árs-a). *Skilgreining á Norðurslóðum.* Sótt 27. janúar 2015 á
<http://www.nordurslodanetid.is/is/island-og-nordhurslodhir/skilgreining-a-nordhurslodhum>

Norðurslóðanet Íslands (án árs). *Norðurskautsráðið.* Sótt 11. maí 2015 á
<http://www.arcticiceland.is/is/senior-arctic-official>

Norræna ráðherranefndin (2005). *Århus deklarationen om ny nordisk mad.* Sótt 13. janúar 2015 á <http://www.norden.org/is/norraena-radherranefndin/radherranefndir/norraena-radherranefndin-um-fiskeidar-og-fiskeldi-landbunad-skograekt-og-matvaeli-mr-fjls/vidburdir/fundur-i-radherranefnd-um-fiskeidar-fiskeldi-landbunad-matvaeli-og-skograekt-30.-juni-2005-aro sum-danmoerku/aarhus-deklarationen-om-ny-nordisk-mad>

Ólafur Ragnar Grímsson (2008). *Sáttmáli um fæðuöryggi Íslandinga. Ræða forseta Íslands Ólafs Ragnars Grímssonar á Búnaðarþingi 2. mars 2008.* Sótt 27. maí 2015 á <http://www.mbl.is/media/86/886.pdf>

Pressan (2011). *Heilbrigðiseftirlit segir stopp. Enga kökubasara með heimagerðum kokum – íþróttafélög mega ekki selja.* Frétt 26. júlí 2011. Sótt 10. ágúst 2015 á <http://www.pressan.is/frettir/lesafrett/heilbrigdiseftirlit-segir-stopp-enga-kokubasara-med-heimagerdum-kokum---ithrottafelog-mega-ekki-selja>

Pressan (2014). *ESA um innflutning á fersku kjöti.: Rök Íslands halda ekki – ráðherra vill dómstólaleiðina.* Frétt 8. október 2014. Sótt 10 maí á <http://eyjan.pressan.is/frettir/2014/10/08/esa-um-innflutning-a-fersku-kjoti-rok-islands-halda-ekki-radherra-vill-domstolaleidina/>

Ráðgjafamiðstöð landbúnaðarins (2015). *Skýrsluhald í sauðfjárrækt 2014.* Frétt 27. febrúar 2015. Sótt 10. maí 2015 á http://www.rml.is/is/starfsemi/frettir/skyrsluhald_saudfjarraekt_2014

Responsible fisheries (án árs-a). *Vottun.* Sótt 7. maí á <http://www.responsiblefisheries.is/islenska/vottun/>

Responsible fisheries (án árs-b). *Specifications.* Sótt 7. maí á <http://www.responsiblefisheries.is/certification/specifications/>

Ríki Vatnajökuls ehf (án árs). *Taste of Vatnajökull.* Sótt 7. ágúst 2015 á <http://www.visitvatnajokull.is/TasteofVatnajokull/>

RÚV (e.d.-a). *Írskt smjör í nokkrum íslenskum ostum*. Frétt á heimasíðu RÚV 10. desember 2013. Sótt 10. júní 2014 á <http://www.ruv.is/frett/irskt-smjor-i-nokkrum-islenskum-ostum>

RÚV (e.d.-b). *Verið að blekkja neytendur*. Frétt á heimasíðu RÚV 9. janúar 2014. Sótt 10 júní 2014 á <http://www.ruv.is/frett/%E2%80%9Everid-ad-blekkja-neytendur%E2%80%9C>

RÚV (e.d.-c). *Skortur á íslensku nautakjöti*. Frétt á heimasíðu RÚV 7. júlí 2014. Sótt 11 maí 2015 á <http://www.ruv.is/frett/skortur-a-islensku-nautakjoti>

RÚV (2014). *Norrænn matur á alþjóða markað*. Frétt á heimasíðu RÚV 27. júní 2014. Sótt 20. janúar 2015 á <http://www.ruv.is/frett/norraenn-matur-a-althjoda-markad>

Selasetur Íslands (án árs). *Sela- og fuglaskoðun*. Sótt 10 maí á <http://www.selasetur.is/is/fer%C3%B0amenn/sela-og-fuglasko%C3%B0un/>

Sigurður Már Harðarsson (2015). Lesið í duttlungafullar neysluvenjur almennings. Frétt í Bændablaðinu 8. maí 2015. Sótt 10 maí 2015 á <https://www.bbl.is/frettir/frettir/frettaskyring/lesid-i-duttlungafullar-neysluvenjur-almennings/10298/>

Slow Food (án árs). *Our history. Slow Food: The history of an idea*. Sótt 15. ágúst 2015 á <http://www.slowfood.com/international/7/history>

Slow Food (án árs). *Our Philosophy*. Sótt 07. mars 2015 á <http://www.slowfood.com/international/2/our-philosophy>

Slow Food á Íslandi (án árs) *Bragðörkin*. Sótt 3. September 2015 á [http://slowfood.is\(bragdaorkin/](http://slowfood.is(bragdaorkin/)

Smári Valtýr Sæbjörnsson (2014). *Gunnar Karl útskýrir hvað Ný norraen matargerð er í áhugaverðu viðtali*. Frétt birt á vefmiðlinum Veitingageirinn.is 21. október 2014. Sótt 21. janúar 2015 á <http://veitingageirinn.is/gunnar-karl-utskyrir-hvad-ny-norraen-matargerder-i-ahugaverdu-vidtali/>

Soffía Guðný Guðmundsdóttir og Laufey Guðnadóttir (2010). *Uppruni Íslendinga*. Sótt 23 september 2014 á <http://www.handritinheima.is/sagan/upphafritunar/runir.htm>

Sveinn Margeirsson (2013). *Hver er munurinn á matvæaöryggi og fæðuöryggi*. Frétt á heimasíðu Matís 3. október 2013. Sótt 20. janúar 2015 á <http://www.matis.is/um-matis/frettir/nr/3868>

Sveitasetrið Hofsstöðum (án árs). *Hofsstaðir in Skagafjordur*. Sótt 25. maí 2015 á <http://www.hofsstadir.is/index.php/en/>

Tíminn (2013). *Aðalatriðið að halda rjómanum hreinum*. Frétt á heimasíðu Tímans 11. desember, helgi@timinn.is. Sótt 10. júní 2014 á www.timinn.is/forsida/2013-12/smjor.aspx

Una Sighvatsdóttir (2013). *Pjóðmenning verður höfð í hávegum*. Frétt á mbl.is 24 ágúst. Sótt 7. ágúst 2015 http://www.mbl.is/frettir/innlent/2013/05/22/slensk_thjodmenning_i_havegum/

Utanríkisráðuneytið (án árs). *SOS – spurningar og svör um EES samninginn*. Sótt 3. september 2015 á <http://www.utanrikisraduneyti.is/samningar/ees/EESUndir/nr/607>

Valerie B. frá Frakklandi á TripAdvisor ágúst 2014. „*Beautiful view, delicious restaurant, helpful team*“. Sótt 29. september 2014 á http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g1185905-d1804706-Reviews-Langaholt-Snaefellsbaer_West_Region.html

Viðskiptablaðið (2012). *Skyr selt erlendis fyrir 650 milljónir*. Sótt 3. september 2015 á <http://www.vb.is/frettir/75564/>

Viðskiptablaðið (2014). *Skyrsala á Norðurlöndum eykst gríðarlega*. Sótt 10. ágúst 2015 á <http://www.vb.is/frettir/111313/>

Viðskiptablaðið (2014). *Ferðamenn áhugalitlir um íslenskt lambakjöt*. Frétt 15. ágúst 2014. Sótt 15. Ágúst 2015 á <http://www.statice.is/lisalib/getfile.aspx?itemid=14336>

Þorsteinn Ásgrímsson (2012). "Gætu tekið skyrið af okkur". Frétt í Morgunblaðinu 6. September 2012. Sótt 4. september 2015 á http://www.mbl.is/vidskipti/frettir/2012/09/06/gaetu_tekid_skyrid_af_okkur/

Þorsteinn Hrannar Svavarsson (2011). *Ég sem hélt að Ísland væri sjálfstætt land*. Innlegg á facebook. Skoðað 20. ágúst 2015 á <https://www.facebook.com/pressan/posts/256816217678783>