

Gönguleiðir.is

Helena Sif Zóphoníasdóttir



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Lokaverkefni lagt fram til fullnaðar B.A.-gráðu
í tómstunda- og félagsmálafræði við Háskóla Íslands, Menntavísindasvið

Apríl 2010

Lokaverkefni til B.A. -prófs

Gönguleiðir.is

Hugmynd að vefsíðu

Helena Sif Zóphoníasdóttir

120978-5869

Háskóli Íslands

Menntavísindasvið

Íprótta-, tómstunda- og þroskajálfadeild, tómstunda- og félagsmálafræði

Apríl 2010

Leiðbeinandi: Árni Guðmundsson

Yfirlýsing

Hér með lýsi ég því yfir að skýrsla þessi er byggð á mínum eigin hugmyndum, er samín af mér og að hún hefur hvorki að hluta né í heild verið lögð fram áður til hærri prófgráðu.

Stokkseyri, 11.apríl 2010

Helena Sif Zóphoníasdóttir

Ágrip

Hugmyndin að gonguleidir.is vefnum kviknaði þegar höfundur fór ásamt ferðafélaga í gönguferð frá Reykjadal yfir á Þingvelli. Þegar leggja átti af stað gekk erfiðlega að nálgast göngukort af leiðinni, þannig að þá kviknaði sú hugmynd að gott væri að hafa einn aðgengilegan vef þar sem göngufólk gæti nálgast kort af helstu gönguleiðum á Íslandi, jafnt á láglendi sem og á fjöllum „á auðveldan hátt og auk þess prentað út kortin.

Mikill fjöldi bæði innlendra og erlendra ferðamanna ferðast um Ísland ár hvert, misjafnt er hver tilgangur ferðalaganna er, en gönguferðir hafa notið síaukinna vinsælda undanfarin ár.

Rannsóknir sýna að þegar ferðalangar leita sér upplýsinga varðandi ferðalög og tengt efni er notið einn vinsælasti staðurinn til þess að nálgast slíkar fróðleik, þannig að vefur sem hefur að geyma allar helstu gönguleiðir á Íslandi er án efa velkomin viðbót.

Abstract

The concept of the web gonguleidir.is began when the author was hiking with a companion from Reykjadal to Thingvellir. When planing the trip it was very hard to find a decent hiking map on the web for the desired route. It was then the idea was born that it would be useful to have one website that was free for all to go to and print out maps for all the major hiking trails in Iceland.

A large number of both foreign and domestic tourist travel around Iceland every year, for various purposes, but hiking popularity have been increasing in recent years.

Research shows that when tourists seeking information about travels and related content, the internet has become the most popular place to access such knowledge, so that a website containing all the major hiking trails is undoubtedly welcome addition to the internet.

Þakkir

Sigurjóni Vídalín Guðmundssyni þakka ég kærlega fyrir alla aðstoðina við uppsetninguna á vefnum, endalæsa þolinmæði, hvatningu og alla aðra aðstoð sem hann lagði til verkefnisins, en án hans hefði verkefnið aldrei orðið að veruleika. Leiðbeinanda mínum, Árna Guðmundssyni, þakka ég sérstaklega fyrir veitta aðstoð á meðan á verkefninu stóð. Jens Júlíussyni þakka ég kærlega fyrir að hafa útbúið, eftir mínum óskum, logo fyrir vefsíðuna.

Sérstakar þakkir fá Helga Þórunn Sigurðardóttir og Dagný Gunnarsdóttir fyrir hvatningu, stuðning, samvinnu og vináttu í gegnum háskólanámið síðastliðin þrjú ár, en án þeirra hefði háskólanámið ekki verið jafn ánægjulegt.

Þetta verkefni tileinka ég móður minni, Jennýju Láru Jónasdóttur, sem hefur hvatt mig til dáða í öllu því sem ég hef tekið mér fyrir hendur.

Efnisyfirlit

Yfirlýsing	i
Ágrip	ii
Abstract	ii
Þakkir	iii
Myndaskrá.....	v
Inngangur	1
1. Ganga sem tómstund.....	2
1.1 Tómstundir.....	2
1.2 Útivist.....	3
1.3 Ganga	3
2. Innlendir og erlendir ferðamenn	5
2.1 Innlendir.....	5
2.2 Erlendir	5
3. gonguleidir.is	7
3.1. Hugmyndavinna við gonguleidir.is.....	7
3.2. Gerð gonguleidir.is	10
3.3. Gönguleiðir.is að raunveruleika.....	13
4. Markaðssetning vefsíðunnar	15
5. Niðurstöður	17
Heimildaskrá.....	19
Viðhengi.....	21

Myndaskrá

1. mynd.	10
2. mynd.	11
3. mynd.	12
4. mynd.	12
5. mynd.	13

Inngangur

Þegar spurt er hvaða þætti megi bæta varðandi íslenska ferðapjónustu kemur meðal annars fram að óskað er eftir: betra aðgengi að upplýsingum á netinu t.d. um gististaði, betri vefupplýsingum, betri afmörkun göngustíga, betri og fleiri vefsíðum um hvað hægt sé að gera sér til afþreyingar, betri gönguleiðum svo ferðafólk gangi ekki alls staðar og upplýsingum um léttar gönguleiðir fyrir fólk sem er ágætlega hraust en hefur ekki stundað gönguferðir (Anný Berglind Thorstensen, 2010).

Hugmyndin að göngukortavefnum kom til í fyrrasumar þegar höfundur ásamt föruneysi ákvað kvöld eitt að ganga frá Reykjadal í Hveragerði yfir að Þingvallavatni. Þar sem ákveðið var að leggja af stað í seinna lagi voru allir helstu staðir þar sem hægt var að nálgast göngukort lokaðir. Þá var ekkert annað að gera en að fara á netið og reyna að finna göngukort af leiðinni. Það gekk nú að lokum en tók mjög langan tíma að finna kort sem hægt var að prenta út og hafa með sér. Þar af leiðandi kom upp sú hugmynd að sniðugt væri að hafa einn aðgengilegan vef með kortum af öllum helstu gönguleiðum á landinu. Markmiðið með slíkri síðu væri að sjálfsögðu að þjónusta sem best innlenda og erlenda göngugarpa.

Enginn miðill hefur náð hraðari útbreiðslu en netið og árið 2009 voru 93% af Íslendingum virkir á netinu og 89% nota netið daglega samkvæmt tölum Hagstofunnar. Það gerir okkur að netvæddustu þjóð í heimi og nánast allir Íslendingar notfæra sér netið sem fyrsta stað til þess að leita að upplýsingum. Á lista frá Hagstofu Íslands um hvað Íslendingar eru almennt að gera á netinu er notkun tengd ferðamennsku í áttunda sæti, þarna er átt við allar athafnir á netinu t.d. notkun á tölvupósti, viðskipti í heimabanka o.fl. En þegar einungis er skoðað hvaða vörur og þjónustu fólk er mest að sækja sér upplýsingar um á netinu eru áfangastaðir og ferðalög í fyrsta sæti (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

1. Ganga sem tómsundur

Margir sem gengið hafa í íslenskri náttúru skynja þann líkamlega og andlega styrk sem í hana má sækja, vandamál og erfiðleikar verða léttvægari og auðleystari þegar þeim er velt fyrir sér í kyrrð og ró náttúrunnar (Sigurður Guðmundsson, 2008).

1.1 Tómsundur

Tómsundur eru oft skilgreindar sem sá tími sem ekki fer í vinnu, skóla eða heimilisstörf og er nýttur til þess að hvíla sig frá hversdagsleikanum og gera eitthvað skemmtilegt fyrir sjálfan sig og/eða aðra (Lýðheilsustöðin, 2008).

Viðhorf, gildi og áhugasvið fólks hefur áhrif á val fólks á tómsundum t.d. hvort tómsundur eigi að vera til ánægju og/eða hafa eitthvert annað gildi eins og að vera góðar fyrir heilsuna. Það er í raun mjög misjafnt hvaða fólk almennt telur vera tómsundur. Þær geta verið af ýmsum toga allt frá því að vera óskipulagðar t.d. leikur og fönður heima við og í það að vera skipulagðar á þar til gerðum svæðum úti og inni. Þetta geta verið íþróttir, hverslags útivist, ferðalög eða t.d. listir, listasýningar o. fl. Í raun getur það verið allt sem einstaklingur hefur gaman af að gera í frítíma sínum og er innan laga og siðgæðismarka (Leisure Studies, 2003).

Gildi tómsunda hefur aukist í samræmi við breytingarnar í samfélaginu og rannsóknir sýna marga kosti þess að stunda heilbrigðar tómsundur m.a. betri líðan, betri árangur í skóla/vinnu og ólíklegra er að viðkomandi neyti fíkniefna, reyki eða drekki. Fólk lærir líka að vinna saman og einnig hafa tómsundur jákvæð áhrif á sjálfsmynd og sjálfstraust.

Tómsundastarf er hornsteinn uppbyggilegrar þátttöku í samfélaginu og svo hefur það líka uppeldislegt og forvarnarlegt gildi. Tómsundastarf getur þar af leiðandi aukið velgengni og vellíðan í lífinu (Vanda Sigurgeirsdóttir, 2007).

1.2 Útivist

Með aukinni tækni- og samfélagsbreytingum hefur hreyfing farið minnkandi og er ekki eins sjálfsgæður hluti af daglegu lífi og áður. Fólk þarf því að vera meðvitað um hversu nauðsynleg hreyfing er og ætla henni tíma í skipulagi dagsins (Lýðheilsustöðin, 2008; Landlæknisembættið, 2008).

Sífelld fleiri hafa farið að stunda líkamsrækt á undanförunum árum og mætti segja að það væri í tísku í dag að stunda einhvers konar hreyfingu. Misjafnt er hvaða líkamsrækt verður fyrir valinu, sumir velja að fara í líkamsræktarstöðvar en aðrir velja útivist af einhverju tagi, t.d. skokk, sund eða gönguferðir (Else Kari Bjerva, Reidun Haugen og Sigríð Stordal, 2003).

Útivist er ein af þeim fjölmörgu tómstundum sem í boði eru, en útivist er afþreying sem stunduð er undir berum himni á opnum svæðum og hægt er að skipta í nokkra flokka. Þeir eru formlegur eða óformlegur, virkur eða óvirkur og kostnaður eða ókeypis. Í formlega flokknum getur verið t.d. vatnaskíði, golf eða róður. Í óformlega flokknum eru tómstundir sem eru minna skipulagðar og fylgir lítill sem enginn búnaður, oftast felur það í sér að sitja, ganga eða fara í nestisferðir. Það er enginn greinilegur munur á milli þessara flokka vegna þess að sumt fellur undir hvorugan flokkinn eins og t.d. að veiða. Munurinn á flokkunum virkum og óvirkum tómstundum er líka stundum óskýr t.d. hvenær verður göngutúr (óvirkur) að virkri gönguferð? Munurinn á flokkunum þar sem að tómstundirnar annaðhvort kosta fé eða eru ókeypis er nokkuð greinilegur og fer það bara eftir því hvort að viðkomandi er tilbúinn til þess að borga fyrir það sem hann vill gera eða ekki (Leisure Studies, 2003).

1.3 Ganga

Hægt er að stunda margs konar útivist í okkar fallega umhverfi og flestir ættu að geta stundað einhvers konar hreyfingu í næsta nágrenni við heimili sitt án mikillar fyrirhafnar. Mikilvægt er að hreyfingin sem verður fyrir valinu veiti ánægju og ýti undir sjálfstraustið (Lýðheilsustöðin, 2008).

Ganga er af mörgum talin hollasta líkamsræktin og hana geta nær allir iðkað sama á

hvaða aldri fólk er. Með göngu er hægt að ná upp góðu þoli og það án þess að álagið valdi meiðslum. Mikilvægt er að laga gönguhraðann að viðbrögðum líkamans og ganga ekki hraðar en svo að hægt sé að spjalla við göngufélagann (Landlæknisembættið, 2008; Gígja Gunnarsdóttir, 2008). Í gönguferðum er hægt að sameina félagsskap, líkamlega áreynslu og því að njóta náttúrunnar (Else Kari Bjerva, Reidun Haugen og Sigrid Stordal, 2003).

Að stunda göngu er hreyfing sem viðkomandi getur iðkað eftir sínu höfði, fólk er hvorki bundið af ákveðnum tímum né stöðum, hægt er að ganga hvar sem er og hvenær sem er, eina sem til þarf eru góðir skór. Ganga er því með ódýrari líkamsrækt sem völ er á (Landlæknisembættið, 2008).

Röskleg ganga í a.m.k hálf tíma á dag flesta daga vikunnar getur haft verulega góð áhrif á heilsuna og m.a. verið vörn gegn langvinnum sjúkdómum t.d.kransæðasjúkdómum, heilablóðfalli, sykursýki 2, sumum tegundum krabbameins, stoðkerfisvandamálum og geðröskunum, en einnig getur þyngd haldist í skefjum, streita minnkað, orka, vinnuframlag og vellíðan aukist. Auk þess er hægt að fá bæði líkamlega og andlega útrás, dreifa huganum, losa um streitu og stirðleika, bæta andlega orku, líkamlegan styrk og að hreyfingu lokinni hvílist maður betur. Með reglulegri hreyfingu aukast líkurnar á meiri lífsgæðum og að fólk lifi lengur (Lýðheilsustöðin, 2008; Svandís Sigurðardóttir, Þórarinn Sveinsson og Anna Björg Aradóttir, 2008).

Takmarkað magn er til af gögnum varðandi hreyfingu Íslendinga síðustu ár og því ómögulegt að segja til um hver þróunin hefur verið. Einnig hefur samanburður reynst erfiður þar sem mælitækin hafa verið að breytast og einnig viðmið um æskilega hreyfingu. Kannanir benda þó til að meirihluti fullorðinna eða um 50-60% landsmanna þyrftu að hreyfa sig meira og fylgi þar af leiðandi ekki ráðleggingum um æskilega hreyfingu. Vísbendingar eru einnig um að kyrrseta sé að aukasts.s. vaxandi ofþyngd og stóraukin bílaeign (Lýðheilsustöðin, 2008, Svandís Sigurðardóttir, Þórarinn Sveinsson og Anna Björg Aradóttir, 2008).

2. Innlendir og erlendir ferðamenn

Í köflunum hér á eftir verður lítillega fjallað um ferðavenjur innlendra og erlendra ferðamanna á Íslandi samkvæmt nýlegum skýrslum sem gerðar hafa verið fyrir ferðaþjónustuaðila.

2.1 Innlendir

Þegar athugað er hvar landsmenn ferðuðust árið 2009 er niðurstaðan þannig að 48% ferðuðust eingöngu innanlands, 4% eingöngu utanlands, 40% bæði innan- og utanlands og loks 8% sem ferðuðust ekki neitt (Ferðamálastofa, 2010). Það er því augljóst að landsmenn eru mjög duglegir að ferðast um landið.

Almenn útivist er fimmta algengasta ástæðan fyrir því að fólk ferðaðist innanlands á árinu 2009 og ætla 8,2% af þátttakendunum í útivistarferð þ.e. gönguferð, jeppaferðir eða slíkt innanlands á tímabilinu janúar til maí árið 2010 (Anný Berglind Thorstensen, 2010).

Í skýrslunni Ferðaþjónustan á Íslandi í tölum frá árinu 2010 kemur einnig fram að almenn útivist var í fjórða til fimmta sæti eða með 20% yfir þætti sem hafa hvað mest áhrif á að fólk fari í ferðalög (Ferðamálastofa, 2010).

2.2 Erlendir

Mikill fjöldi erlendra ferðamanna kemur til landsins ár hvert og komu rétt rúmlega 493.000 ferðamenn árið 2009 samkvæmt skýrslu um ferðaþjónustu á Íslandi árið 2010. Síðastliðin tíu ár hefur árleg aukning erlendra gesta hingað til lands verið 6,8% á milli ára og samkvæmt þessari aukningu má gera ráð fyrir um einni milljón ferðamanna til landsins árið 2020 (Ferðamálastofa, 2010).

Í þeim rannsóknnum sem gerðar hafa verið á ferðum erlendra ferðamanna til Íslands kemur í ljós að frí er oftast aðal ástæða komu þeirra hingað til lands. Í könnun sem Capacent

Gallup gerði árið 2007 þá voru 72,1% af þátttakendum hérlendis í fríi, það sama kemur einnig fram í skýrslunum um ferðabjónustuna á Íslandi fyrir árið 2009 og 2010 (Ferðamálastofa, 2009; Ferðamálastofa, 2010).

Þegar erlendir ferðamenn voru spurðir árið 2007 hvað hefði haft áhrif á þá ákvörðun þeirra að ferðast til Íslands sögðu um 70% að það væri íslensk náttúra og var það langalgengasta ástæðan sem nefnd var en næst á eftir henni var íslensk menning/saga með 40%.

(Ferðamálastofa, 2009).

Í skýrslunni Ferðabjónustan á Íslandi í tölum frá árinu 2009 er skoðað hvert erlendir ferðamenn fóru um landið árið 2007 og athugað hversu mörg % ferðuðust á helstu ferðamannastaði landsins og í helstu þéttbýlin. Tölurnar sýna að það er komið víða við á ferðalaginu um landið: Reykjavík 94,7% - Þingvellir 67,3% - Vestmannaeyjar 4,6% - Geysir 75,4% - Landmannalaugar 25,9% - Vík 38,2% - Skaftafell 34,5% - Hornafjörður 19,8% - Egilsstaðir 22,8% - Seyðisfjörður 14,3% - Jökulsárgljúfur 19,4% - Húsavík 24,3% - Mývatn 29,1% - Akureyri 31,7% - Skagafjörður 19,8% - Vestfirðir 9,3% - Snæfellsnes 20,9% - Borgarfjörður 19,6% og loks hálendið 22,3% (Ferðamálastofa, 2009).

Þegar erlendir ferðamenn eru spurðir um hvar þeir leiti sér upplýsinga um Ísland kemur í ljós að netið er vinsælasti miðillinn og hafa vinsældir hans farið ört vaxandi eins og sjá máþegar nokkrar skýrslur um erlenda ferðamenn eru bornar saman, en í skýrslu frá Capacent Gallup frá haustinu 2007 segir að netið hafi þá verið önnur vinsælasta leiðin til þess að afla sér upplýsinga um landið eða með 59,4% en ferðabæklingar mældust með 65,9%. Í skýrslunni Ferðabjónustan á Íslandi í tölum frá árinu 2009 er einnig kannað hvar erlendir ferðamenn sem hingað komu árið 2007 öfluðu sér upplýsinga um landið svöruðu 60% í ferðabæklingum og 60% á netinu og samkvæmt þessum tölum nýttu tvöfalt fleiri ferðamenn sér netið nú en fyrir tíu árum (Ferðamálastofa, 2009). Þegar skýrslan Ferðabjónustan á Íslandi í tölum frá árinu 2010 er skoðuð og erlendir ferðamenn sem komu hingað til lands á árunum 2008-09 spurðir hvar þeir nálguðust upplýsingar um landið kemur fram að notkun á netinu hefur aukist um rúm 10% eða í rúm 70% í heild en notkun ferðabæklinga stendur í stað með 60% (Ferðamálastofa, 2010). Það er því greinilegt að netið er í mikilli sókn hvað þetta varðar.

3. gonguleidir.is

Í köflunum hér á eftir verður skoðað hvernig hugsanlegt ferli við gerð gonguleiðir.is gæti litið út, allt frá hugmynd að veruleika. Að mörgu þarf að huga við gerð heimasíðu og því gott að gera ráð fyrir hugsanlegum vandamálum sem upp gætu komið í ferlinu.

3.1. Hugmyndavinna við gonguleidir.is

Fyrsta skref var að ákveða hvað ætti að vera á vefsíðunni, finna heiti á síðuna og athuga hvort viðkomandi lén væri laust og var gonguleidir.is og gonguleid.is bæði laus ásamt hiking.is. Þegar búið var að ákveða nafnið, sem er gönguleiðir.is, þá var að finna upp á einhverju sniðugu og flottu „logo“. Ákveðið var að lógóið ætti að vera þannig að í staðinn fyrir ö-ið er áttaviti og sjónauki yfir, í staðinn fyrir l-ið á að vera göngustafur og í staðinn fyrir punktana yfir i-in á að vera sjónauki, en síðan var ákveðið að hafa frekar gönguskó yfir i-unum frekar en sjónauka.

Þegar verið var að ákveða útlit og hvað ætti að vera á síðunni voru margar ferðatengdar síður skoðaðar sjá viðhengi 1.

- Kort af Íslandi er nauðsynlegt og hafði ég samband við Ólaf Valsson sem er kortagerðamaður. Varð hann fyrir valinu vegna þess að ég hafði séð kort frá honum inn á sveit.is sem að mér leist mjög vel á, hann tók mjög vel í þetta verkefni og gaf mér leyfi til þess að nota kort frá sér. Kortið á að vera þannig uppsett að á upphafssíðunni birtist allt landið og síðan er hægt að velja landsfjórðunga og jafnvel væri hægt að velja sýslur eða skipta landinu upp í fleiri hluta t.d. í Suðurnes, Vesturland, Vestfirði, Norðurland vestra, Norðurland eystra, Austurland og Suðurland. Einnig væri gott að þegar búið að finna þá gönguleið sem er fyrir valinu að þá efst í horninu sé lítið Íslandskort sem gefi til kynna hvar ca. á landinu leiðin er og þar sem tæknin í dag er orðin mjög þróuð þá væri einnig hægt að sjá göngukortin í sínum.
- Möguleikinn til þess að prenta út kortið er eitt af aðalmarkmiðunum með vefnum og því nauðsynlegt að hafa góð kort til útprentunar og þá væri hægt að prenta út kort af

gönguleiðinni og einnig væri hægt að hafa með smá fróðleik um leiðina t.d. hvort eitthvað sé vert að skoða á leiðinni, eins og heita hverji sem hægt væri að baða sig í eða eitthvað slíkt, hvort einhver sérstakur útbúnaður væri nauðsynlegur og gps punkta.

- Í tengslum við kortið væru flokkar sem hægt væri að nota til þess að þrengja leitina að gönguleiðum, flokkarnir væru þá stuttar gönguferðir 0-5 km, miðlungslangar gönguferðir 5-10 km og langar gönguferðir 10+ km og loks fjallgöngur. Einnig væri hugsanlega hægt að sjá inni á kortinu t.d. tjaldstæði, upplýsingamiðstöðvar og neyðarskýli.
- Leitarvél væri mikilvæg til þess að fólk geti slegið inn ákveðin efnisorð og stýtt þannig tímann sem tekur að leita að einhverju ákveðnu, t.d. ef þú veist hvað gönguleiðin heitir sem þú ætlar, þá slærðu inn nafnið á henni og kortið flytur þig strax á réttan stað.
- Möguleiki á fleiri tungumálum t.d. ensku, þýsku, spænsku, því eins og áður hefur komið fram í þessari skýrslu kemur hingað til lands mikill fjöldi erlendra ferðamanna sem ferðast vítt og breitt um landið.
- Gert er ráð fyrir plássi til auglýsinga því síðan á að vera að hluta til rekin fyrir auglýsingatekjur. Hugsanlegir auglýsendur/styrktaraðilar væru einstaklingar eða fyrirtæki sem mundu tengjast efni síðunnar beint eða óbeint eins og t.d. útivistarverslanir og slíkt og auglýsingin væri í raun linkur inn á viðkomandi heimasíðu.

Fá fyrirtæki nýta sér þau tækifæri sem netið felur í sér varðandi markaðssetningu. Engar opinberar tölur eru til yfir það hversu stórum hluta af auglýsingafjármagni sínu fyrirtæki á Íslandi ráðstafa í auglýsingar á netinu. Áætlað er að það sé á milli 6% - 10%, en talið er að þessar tölur eigi eftir að hækka og netið verða mikilvægari vettvangur fyrir auglýsingar. Mikil sóknarfæri eru fyrir fyrirtæki að vera sýnileg á netinu, einnig til þess að selja vörur og þjónustu (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

- Fréttaflokk þar sem hægt væri að auglýsa t.d. skipulagðar gönguferðir eða annað sem tengist þess konar útivist.
- Smáauglýsingar þar sem ferðalangar gætu óskað eftir eða selt útbúnað til gönguferða.
- Umræðuþráð þar sem fólk gæti skipst á skoðunum og upplifunum varðandi

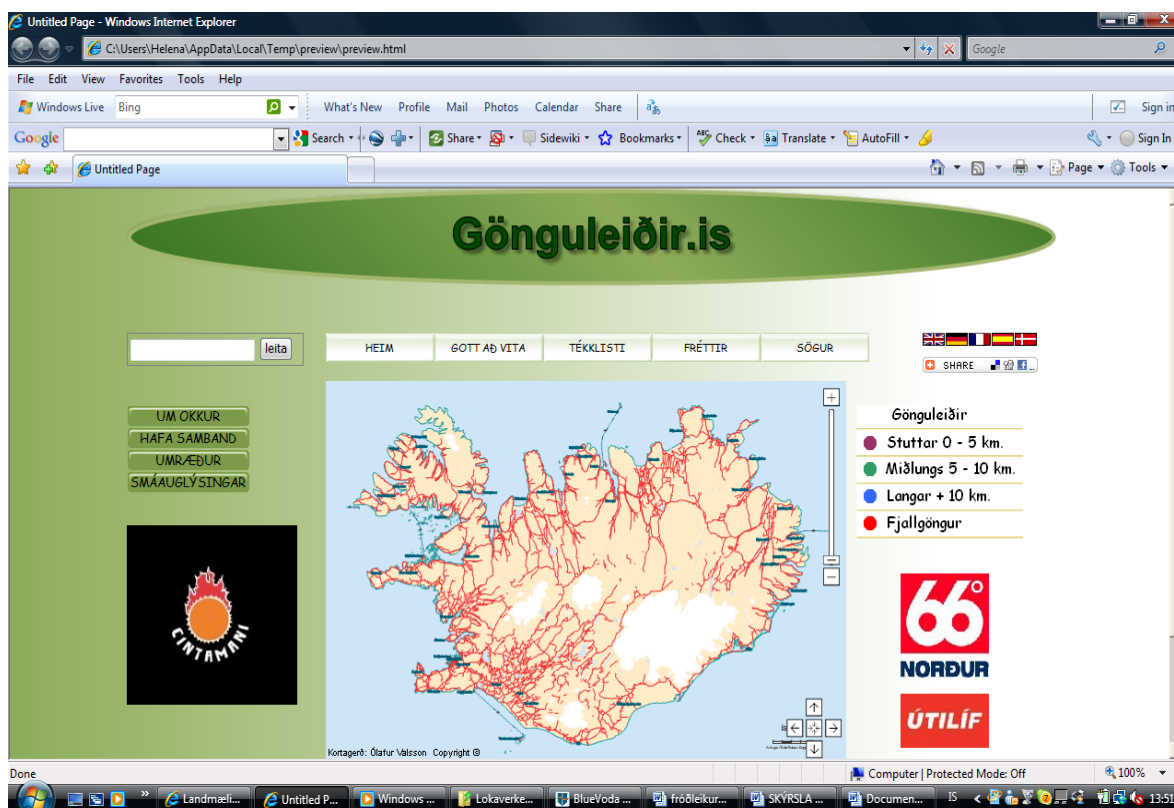
gönguferðir og gönguleiðir.

- Loks flokkurinn góð ráð og fróðleikur þar sem göngufólk fengi góðar upplýsingar varðandi útbúnað og fleira sem tengist gönguferðum. T.d. varðandi gönguhraða; að gert sé ráð fyrir að gengið sé um 5 km á jafnsléttu á klukkustund og að bæta megi síðan við hálf tíma fyrir hverja 300 metra hækkun, æskileg þyngd á bakpoka, hentugir svefnpokar, hvernig á að hugsa um gönguskó, hvernig umgangast á ókunn vatnsföll o.fl. (Páll Ásgeir Ásgeirsson, 2007).

Einnig væri möguleiki á að vera í samstarfi við aðra sem eru með vefsíður sem tengjast efninu á gönguleiðavefnum eins og t.d. vedur.is, tjalda.is, vegagerdina.is og ferdalag.is o.fl. og gaman væri að hafa flokk þar sem hægt væri að nálgast þjóðsögur s.s. álfa-trölla-og draugasögur sem eiga að hafa átt sér stað nálægt þeim leiðum sem fólk er að fara og göngugarpar gætu þá prentað sögurnar út og lesið sér til skemmtunar á leiðinni.

Auk þess væri æskilegt að setja inn erfiðleikastig á þeim gönguleiðum sem eru í boð á síðunni en það var ákveðið að setja það ekki inn á þessu stigi þar sem enginn samræmdur erfiðleikastuðull virðist vera til og misjafnt hvernig gönguleiðir voru metnar í þeim heimildum sem höfundur skoðaði.

3.2. Gerð gönguleidir.is



1. mynd.

Á mynd 1 er forsíða gönguleiðir.is en á henni er hægt að nálgast allt það sem síðan hefur upp á að bjóða.

Til að byrja með er kort af Íslandi og hægt er að fara með bendilinn yfir það og þá gefur kortið möguleika á að velja landsfjórðunga. Einnig er hægt að þysja að kortinu og hafa hvort heldur í fullri stærð eða í fjórðung. Gönguleiðavalmöguleikarnir hægri megin á síðunni gefa til kynna hvernig gönguferðir eru í boði og ef valdar eru t.d. stuttar gönguleiðir koma fjólubláir punktar um allt landið þar sem stuttar gönguferðir er að finna, þessa valmöguleika er hægt að nota hvort sem kortið er í fullri stærð eða búið er að þysja að ákveðnum hluta landsins.

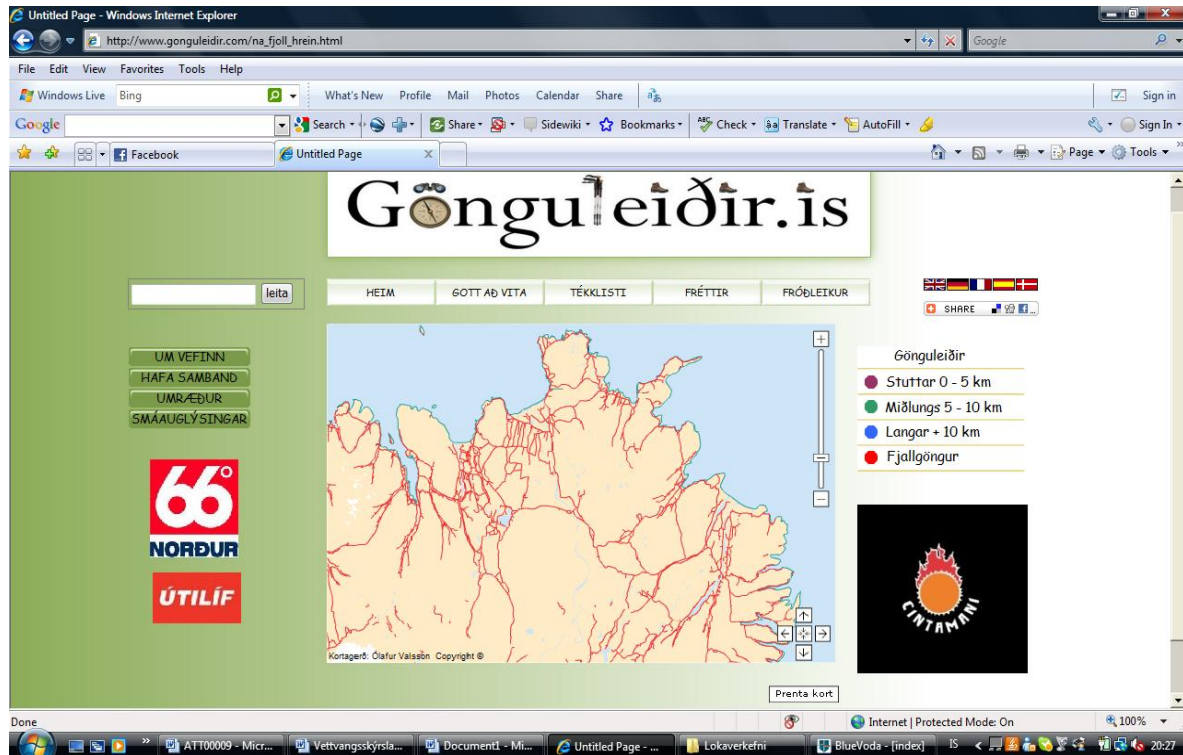
Fyrir neðan lógóið hægri megin eru gefnir valmöguleikar um mismunandi tungumál og eru tungumálin sem í boði eru enska, þýska, franska, spænska og danska.

Fyrir neðan tungumálavalmöguleikana er svokallaður „deili” hnappur þar sem gestum síðunnar gefst kostur á að deila gönguleidum.is á t.d. facebook eða á aðrar síður, möguleikar hnappsins verða sýndir síðar.

Vinstra megin fyrir neðan lógóið er síðan leitarvél sem leitar að einstaka orðum á

gonguleidum.is.

Fyrir neðan lógóið og vinstra megin á síðunni eru efnisflokkar en flokkarnir eru: um okkur, hafa samband, umræður, smáauglýsingar, heim, gott að vita, tékklisti, fréttir og sögur. Fjallað verður nánar um flokkana síðar. Loks er staður fyrir auglýsingar. Hægt er að sjá allar síður gonguleidir.is opnar í viðhengjum 2 – 15.



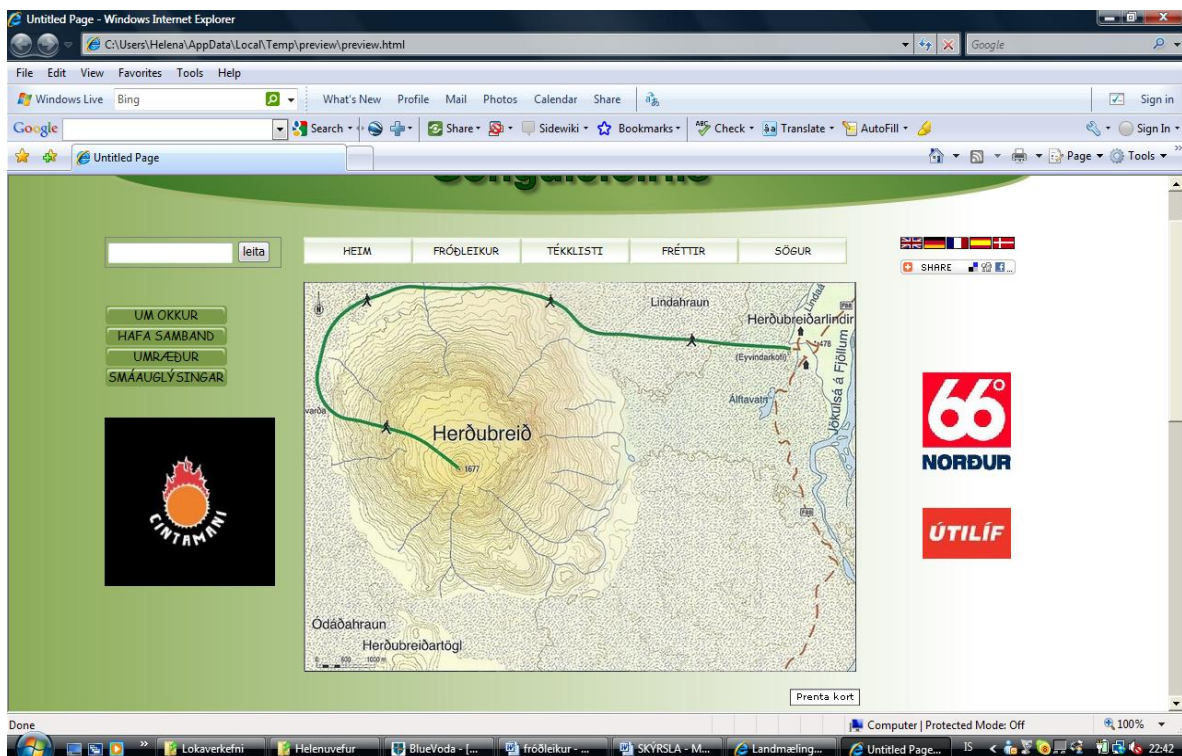
2. mynd.

Á mynd 2 má sjá kortið þegar valin hefur verið einn landsfjórðungur, þ.e. Norðausturland.

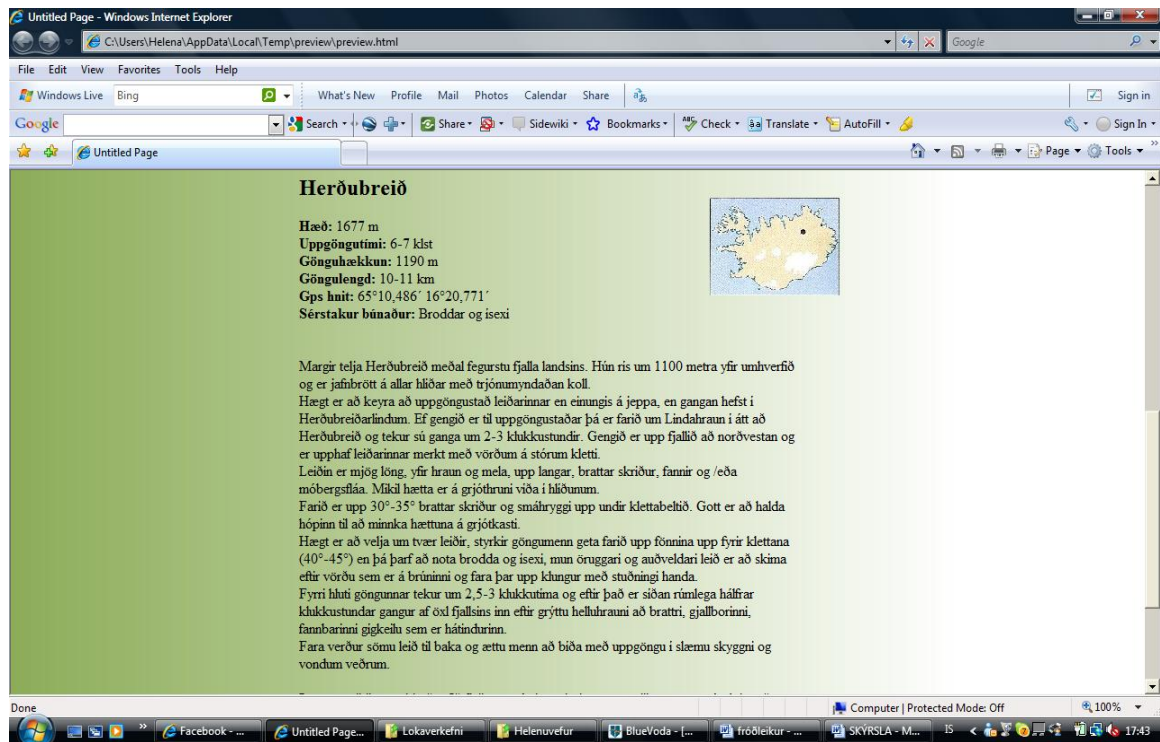


3. mynd.

Á mynd 3 hefur göngumöguleikinn fjallgöngur verið valinn. Þá koma inn rauðir punktar ásamt nöfnum á fjöllum, síðan er farið með bendilinn að því fjalli sem óskað er eftir að fá nánari upplýsingar um og það valið.



4. mynd.



5. mynd.

Á myndum 4 og 5 má sjá þegar fjallið Herðubreið hefur verið valið. Þá kemur efst á síðuna kort af gönguleiðinni og valmöguleikinn á því að prenta það út. Fyrir neðan kortið hægra megin er lítið kort af Íslandi þar sem punkturinn á kortinu gefur til kynna hvar á landinu fjallið er. Síðan er texti þar sem sagt er frá helstu upplýsingum um gönguna t.d. hæð á fjallinu, hversu langan tíma ferðin tekur, hversu margir kílómetrar hún er o.fl. Loks kemur stuttur texti um leiðina.

3.3. Gönguleiðir.is að raunveruleika

Til þess að vefur eins og gönguleiðir.is geti orðið að raunveruleika þarf að huga að mörgum þáttum. Fyrst og fremst þarf að finna samstarfsaðila:

- Aðila eða fyrirtæki sem vilja leggja til landakort til notkunar á vefnum
- Fá auglýsingaaðila til þess að auglýsa á síðunni og þannig fjármagna vinnuna á bak við vefinn að hluta til.
- Sækja um styrki en hugsanlegir styrktaraðilar getu verið:

SAF – Samtök ferðapjónustunnar, Nýsköpunarsjóður, Ferðamálastofa, Atvinnuþróunarfélag Suðurlands, Bæjarfélög og stærstu fyrirtæki landsins, svo sem Eimskip, Flugleiðir, olúfélög, tryggingafélög og hin ýmsu ráðuneyti kunna að veita styrki til ákveðinna verkefna úr sérstökum sjóðum.

4. Markaðssetning vefsíðunnar

Ef gönguleiðir.is yrði að raunveruleika þá kemur markaðssetningin á henni til með að skipta miklu máli, það væri ekki vænlegt að vera búin að leggja mikla vinnu í gerð þessa vefs ef enginn vissi síðan af honum.

Eins og áður sagði þá eru Íslendingar netvæddasta þjóð í heimi og er fólk farið að versla og skipuleggja líf sitt meira í gegnum netið en áður og skipuleggja 70% af netnotendum á Íslandi fríin sín á netinu (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009). Það er því augljóst að á netinu er stærsti auglýsingamarkaðurinn.

Íslendingar eiga heimsmetið í hlutfalli þjóðar sem er á Facebook.com og er síðan því góður staður fyrir fyrirtæki að vera sýnilegt á og býður hún upp á nýjar og spennandi samskiptaleiðir. Með tilkomu samfélagsvefja geta fyrirtæki nú átt samskipti við viðskiptavinumilliliðalaust, en þetta er vandmeðfarin samskiptaleið og verða fyrirtæki að gæta sín á að verða ekki boðflennur á þessum persónulega vettvangi t.d. með því að senda óumbeðna tölvupósta.

Þegar fyrirtæki hlusta á viðskiptavinum á netinu er hægt að þróa þjónustu fyrirtækisins í takt við væntingar viðskiptavinanna og koma þannig í veg fyrir þjónustufall (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

Að nota samfélagsmiðla til auglýsinga getur verið mjög góð leið til þess að afla nýrra viðskiptavina auk þess sem tilkostnaðurinn er lítill og efni berst hratt á milli fólks.

Þegar birta á auglýsingar eru tveir þætti mikilvægir en þeir eru:

- Að auglýsingin sé á þeim stöðum þar sem flestir úr markhópnum sjái þær.
- Að auglýsingin hafi þau áhrif að þeir sem sjái hana vilji kaupa þá þjónustu eða vöru sem verið er að auglýsa (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

Í neyslu og lífsstílskönnun sem Gallup gerði á Íslandi árið 2009 um notkun ljósvakamiðla og netmiðla kom í ljós að 65% aðspurðra fara daglega inn á mbl.is og 45% á Facebook en 63% horfa á Ríkissjónvarpið og 34% horfa á Skjá 1 (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

Rannsóknir hafa sýnt að auglýsingar hafa mestu áhrifin í fyrsta skipti sem að fólk sér þær, síðan fara áhrifin dvínandi og ef auglýsing er birt of oft geta áhrifin snúist upp í andhverfu sína og auglýsingin ekki aðeins hætt að virka heldur getur fólk farið að upplifa

neikvætt viðhorf gagnvart því sem að auglýst er. Það er því mikilvægt að uppfæra auglýsingar reglulega og auglýsa frekar á fleiri stöðum og sjaldnar heldur en oft á fáum stöðum (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

Við dreifingu á auglýsingum getur verið gott að auglýsa líka hjá smærri fréttamiðlum úti á landi, það er bæði ódýrara og magn auglýsinga á þeim er ekki eins mikið. Samkvæmt Capacent leitar 72% af fólki helst að upplýsingum um vörur og þjónustu á leitarvélum og 61% á heimasíðum fyrirtækja en 49% spyr fólk í kringum sig, 36% leita í dagblöðum og 15% í sjónvarpi (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009)

Fyrirtæki þurfa að reyna að vera með öðruvísi, en þó viðeigandi, auglýsingar til þess að ná í gegn í öllu þessu auglýsingaáreiti sem er til staðar. Mikilvægt er að vefborðinn sé ekki í jaðri vefsíðunnar því rannsóknir hafa sýnt að fólk tekur síður eftir þeim og oft er fólk ekki með vafrann í fullri stærð, þannig að vefborðar sem eru á miðri síðunni eða innan um efni síðunnar eru árangursríkastir.

Gangvirkir vefborðar eru mjög árangursríkir og sniðugir, hægt er að hafa heilan bækling á bak við gagnvirka vefborðann og einnig er hægt að hafa tengil á vefborðanum yfir á vefsíðu fyrirtækisins (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

Tæknin á bak við vefsíður er mikil og hægt er að fylgjast með hversu lengi fólk er inni á vefsíðunum, hvað það skoðaði margar síður, fjölda heimsóknna, fjölda nýrra heimsóknna, tíma sem eytt er á síðu, endurkast, hvenær í vikunni eða hvenær dags kom umferðin inn á vefinn og hvaðan koma heimsóknirnar og þannig fást upplýsingar um hversu mikill áhugi er á því sem fyrirtækið er að auglýsa eða kynna. Með þessu er markaðsfólki gert kleift að fylgjast náið með hvernig vefir fyrirtækja eru notaðir og hversu mikið (Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson, 2009).

Það er því ljóst að markaðssetning gonguleida.is færi fyrst og fremst fram á netinu þ.e. hinum ýmsu miðlum t.d. facebook, fréttamiðlum o.fl. En auk þess yrði að öllum líkindum einnig auglýst í einhverjum tímaritum og sjónvarpi.

5. Niðurstöður

Í námi mínu í tómstunda- og félagsmálafræði var lögð mikil áhersla á að við værum meðvituð um hvar væri þörf fyrir okkur og þá þekkingu sem við höfum aflað okkur í náminu. Fjölmargir líta á gönguferðir sem tómstundaiðkun og fannst mér því tilvalið að koma á framfæri hugmyndinni að gonguleidir.is. Ástæðurnar eru meðal annars þær að vinsældir gönguferða eru alltaf að aukast og mætti segja að þær væru í tísku um þessar mundir. Einnig má þess geta að hvergi er að finna sambærilegan vef sem býður upp á þann möguleika að prenta út kort af gönguleiðum. Í því árferði sem við búum við í dag er ekki margt ókeypis í boði og því mikilvægt að hafa þá afþreyingu sem kostar lítið sem ekkert aðgengilega.

Mikil vinna fór í að skoða aðrar vefsíður og fá hugmyndir varðandi uppsetningu, liti og annað. Erfitt er að gera sér grein fyrir hversu mikil vinna liggur að baki svona vefsíðu og sumt sem reiknað var með að tæki skamman tíma tók mun lengri tíma.

Við gerð vefsíðunnar var valið að notað forritið BlueVoda Website builder og varð það fyrir valinu vegna þess að það er einfalt og gott. Þegar búið var að gera allar síðurnar tilbúna, forsíðu og undirsíður, þá var ákveðið að setja þær inn á minnislykil til þess að höfundur gæti sýnt þær á málþingi. Þegar opna átti síðurnar á minnislyklinum vildu myndirnar á síðunum ekki birtast þannig að í kjölfar þess var ákveðið að festa kaup á léninu gonguleidir.is og sýna vefsíðuna beint af netinu auk þess sem það kæmi mun betur út í kynningunni. Þegar búið var að fjárfesta í léninu þá átti að færa síðurnar yfir á lénið en þá kom í ljós að BlueVoda Website builder var með þau skilyrði að viðkomandi þyrfti að kaupa hýsingu hjá þeim en það fylgdi önnur hýsing með í kaupunum á gonguleidir.is. Þá var gripið til þess ráðs að setja upp allar síðurnar aftur í forritinu Microsoft Office Frontpage 2003, en það gekk erfiðlega að læra á það forrit og þær síður sem höfundur náði að koma inn á gonguleidir.is vildu ekki birta myndirnar. Þá var ákveðið að lokaúrræðið væri að kaupa hýsingu hjá BlueVoda Website builder og færa lénið yfir til þeirra en þegar búið var að kaupa hýsinguna kom í ljós að þeir buðu ekki upp á .is endinguna þannig að þá var brugðið á það ráð að kaupa gonguleidir.com líka og þá loksins gekk að gera síðuna virka á netinu. Verði vefsíðan að raunveruleika þá verður að sjálfsögðu unnið úr þessum erfiðleikum og lénið gonguleidir.is notað.

Eftir að hafa skoðað gögn frá Ferðamálastofu um hversu margir innlendir og erlendir ferðamenn fara um landið okkar, hvernig ferðahegðun þeirra er og hvar þeir nálgist

upplýsingar varðandi ferðalög og tengd efni þá finnst mér ekki leika neinn vafi á því að vefur eins og gönguleidir.is er nauðsynlegur og velkomin viðbót við alla þá flóru ferðaupplýsinga sem er að finna á netinu. Auk þess hafa vinsældir gönguferða aukist mjög að undanfögnu og sífellt fleiri leggja land undir fót.

Heimildaskrá

- Anný Berglind Thorstensen. (2010, janúar). *Ferðalög Íslendinga (ferðalög Íslendinga 2009 og ferðaáform þeirra 2010) –unnið fyrir Ferðamálastofu-*. Sótt 18.mars af http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/2010215135812innanlandskonnun_jan_2010.pdf
- Capacent Gallup. (2007, september – desember). *Ferðamálastofa: Gæðakönnun meðal erlendra ferðamanna*. Sótt 20. mars 2010 af <http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/200822114123gaedakonnun08.pdf>
- Chris Bull, Jayne Hoose og Mike Weed. (2003). *An introduction to leisure studies*. United Kingdom, Pearson education limited.
- Else Kari Bjerva, Reidun Haugen og Sigríð Stordal. (2003). *Líf og heilsa*. Reykjavík: Mál og menning.
- Ferðamálastofa. (2010). *Ferðapjónustan á Íslandi í tölum*. Sótt 16.mars 2010 af http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/2010217152935Ferdatjonusta_i_tolum_feb_r2010.pdf
- Ferðamálastofa. (2009). *Ferðapjónustan á Íslandi í tölum*. Sótt 16.mars 2010 af http://www.ferdamalastofa.is/upload/files/2009102215811Ferdatjonusta_i_tolum_okt_2009.pdf
- Gígja Gunnarsdóttir. Aldrei of seint. (2003, 22.mars) *Morgunblaðið*. Sótt þann 6.apríl af <http://www.landlaeknir.is/Pages/647>
- Guðmundur Arnar Guðmundsson og Kristján Már Hauksson. (2009). *Markaðssetning á netinu*. Reykjavík: Oddi. Ath. Gefur prentsmiðjan út? Getur svo sem verið en var ekki útgáfa.

Landlæknisembættið. Farðu út að ganga! (2002, 16.mars). *Morgunblaðið*. Sótt þann 6.apríl 2010 af <http://www.landlaeknir.is/Pages/655>

Landlæknisembættið. Látum hreyfingu verða hluta af daglegu lífi. (2002, 9.mars). *Morgunblaðið*. Sótt þann 6.apríl af <http://www.landlaeknir.is/Pages/656>

Lýðheilsustöðin. (2008). *Ráðleggingar um hreyfingu*. Sótt þann 6.apríl af http://www.lydheilsustod.is/media/lydheilsa/NM30399_hreyfiradleggingar_baeklingur_lores_net.pdf

Páll Ásgeir Ásgeirsson. (2007). *Hornstrandir – gengið um eyðibýggðir frá Snæfjallaströnd til Ingólfsfjarðar*. Reykjavík: Mál og menning/Edda hf.

Svandís Sigurðardóttir, Þórarinn Sveinsson og Anna Björg Aradóttir. Alþjóðlegur dagur hreyfingar (2003, 10.maí). 2003. *Morgunblaðið*. Sótt þann 6.apríl 2010 af <http://www.landlaeknir.is/Pages/646>

Vanda Sigurgeirsdóttir. (2007, 18.október). *Gildi tómstundastarfs*. Fyrirlestur fluttur á námskeiðinu Inngangur að tómstundafræðum í Kennaraháskóla Íslands, Reykjavík.

Viðhengi

Viðhengi 1. Vefsíður sem voru skoðaðar við vinnslu verkefnisins	22
Viðhengi 2. Forsíða gonguleidir.is.....	23
Viðhengi 3. Valinn norðausturhluti landsins.	24
Viðhengi 4. Valdar fjallgöngur á norðausturhluta landsins.	25
Viðhengi 5. Valin fjallgangan Herðubreið, kort af gönguleiðinni.	26
Viðhengi 6. Valin fjallgangan Herðubreið, upplýsingar um gönguleiðina.....	27
Viðhengi 7. „Gott að vita” .Upplýsingar um gönguferðir.	28
Viðhengi 8. „Tékklisti”. Upplýsingar um hvað er gott að hafa með í gönguferðir.	29
Viðhengi 9. „Fréttir” Fréttir tengdar gönguferðum.	30
Viðhengi 10. „Fróðleikur”. Tölfræðilegar upplýsingar um Ísland.	31
Viðhengi 11. „Um vefinn”. Upplýsingar um hvernig hugmyndin að vefnum varð til.....	32
Viðhengi 12. „Hafa samband” þar er hægt að senda inn fyrirspurnir, einnig er „share” deilihnappurinn opinn.	33
Viðhengi 13. „Umræður”. Þar er hægt að skiptast á skoðunum, góðum ráðum o. fl.	34
Viðhengi 14. „Smáauglýsingar” þar er hægt að óska eftir eða selja búnað til gönguferða.	35

Viðhengi 1. Vefsíður sem voru skoðaðar við vinnslu verkefnisins

Map 24 - <http://products.is.map24.com/business.html?ol=is-is>
Landakort.is - <http://www.landakort.is/index.php>
Landmælingar Íslands - <http://www.lmi.is/kortathjonustur/fleiri-kortathjonustur/>
Ganga.is - <http://www.ganga.is/>
Námshagnastofnun - <http://flashmap2.nams.is/>
Náttúrufræðistofnun Íslands - <http://vefsja.ni.is/website/plontuvefsja/>
Landsamband hestamanna - http://www.lhhestar.is/is/page/reidvegir_thettbyli
Ferðafélag Íslands - <http://www.fi.is/gonguleidir/>
Vesturferðir – <http://www.vesturferdir.is/index.php?p=60&lang=is>
Loftmyndir - <http://3w.loftmyndir.is/>
Árborg – Kortasjá - <http://www.loftmyndir.is/k/kortasja.asp?client=arborg>
<http://atlas.lmi.is/corine/>
Safnanótt 2010 - <http://www.vetrarhatid.is/desktopdefault.aspx/tabid-3910/>
Vetrarhátíð 2009 -
http://www.vetrarhatid.is/PortalData/11/Resources/vh2009/baeklingur_final.pdf
Menningarnótt 2009 - <http://www.meningarnott.is/>
Heimasíða Árborgar - <http://www.arborg.is/>
Ferðapjónusta bænda - <http://www.sveit.is/>
Ferðafélag Íslands - <http://www.fi.is/forsida/>
Ferðamálasamtök Íslands - http://www.ferdamalastofa.is/displayer.asp?cat_id=447
Finna.is –
http://www.finna.is/category_tree/?groupid=06.20&root=Voru%20og%20pjonustuflokkar&LocationSelect=0&cname=Á%20döfinni
Ebay - <http://www.ebay.com/>
Amazon - <http://www.amazon.com/>
Iceland travel - <http://www.icelandtravel.is/about-iceland/destination-guide/south/>
Upplýsingabrunnur um ferðalög, Ísland - http://www.visiticeland.com/default.asp?cat_id=1
World travel guide - <http://www.worldtravelguide.net/inspiration/>
Nat norðurferðir - http://www.nat.is/travelguide/ferdast_a_froni.htm
Travelnet.is - <http://www.travelnet.is/Icelandic/>
Ezine articles - <http://ezinearticles.com/?Choose-and-Use-the-Best-Colors---The-Psychology-of-Color&id=12855>

Viðhengi 2. Forsíða gonguleidir.is.

The screenshot shows the homepage of **Gönguleiðir.is** in a Windows Internet Explorer browser. The address bar shows <http://www.gonguleidir.com/>. The browser interface includes a menu bar (File, Edit, View, Favorites, Tools, Help), a search bar with the Google logo, and a toolbar with various utility icons. The website content is displayed on a green background. At the top center is the logo "Gönguleiðir.is" with a clock icon. Below the logo is a search bar with the text "leita" and a "leita" button. To the right of the search bar are navigation tabs: HEIM, GOTT AÐ VITA, TÉKKLISTI, FRÉTTIR, and FRÓÐLEIKUR. On the left side, there are four green buttons: UM VEFINN, HAFA SAMBAND, UMRÆÐUR, and SMÁAUGLÝSINGAR. Below these buttons are two red logos: "66° NORDUR" and "ÚTILÍF". The main content area features a map of Iceland with numerous hiking routes marked in different colors. To the right of the map is a legend titled "Gönguleiðir" with four entries: "Stuttar 0 - 5 km" (purple dot), "Miðlungs 5 - 10 km" (green dot), "Langar + 10 km" (blue dot), and "Fjallgöngur" (red dot). Below the legend is a black square logo with a red and orange flame design and the text "CINTAMINI". At the bottom of the map area, there is a "Prenta kort" button and a copyright notice: "Kortagerð: Ólafur Valsson. Copyright ©". The browser's status bar at the bottom shows "Done", "Internet | Protected Mode: On", and "100%". The taskbar at the very bottom displays several open applications: "ATT00009 - Micro...", "Vettvangsskýrsla II - ...", "Untitled Page - Win...", "Lokaverkefni", and "BlueVoda - [index]". The system clock shows "IS" and "20:26".

Viðhengi 3. Valinn norðausturhluti landsins.

Untitled Page - Windows Internet Explorer
http://www.gonguleidir.com/na_fjoll_hrein.html

File Edit View Favorites Tools Help

Windows Live Bing

Google Search

Facebook

Gönguleiðir.is

HEIM GOTT AÐ VITA TÉKLISTI FRÉTTIR FRÖÐLEIKUR

leita

UM VEFINN
HAFA SAMBAND
UMRÆÐUR
SMÁAUGLÝSINGAR

66°
NORDUR
ÚTILÍF

Kortagerð: Ólafur Valsson Copyright ©

Prenta kort

Gönguleiðir

- Stuttar 0 - 5 km
- Miðlungs 5 - 10 km
- Langar + 10 km
- Fjallgöngur

66°
NORDUR
ÚTILÍF

Internet | Protected Mode: On 100%

Done

ATT00009 - Mic... Vettvangsskýrsla... Document1 - Mi... Untitled Page - ... Lokaverkefni BlueVoda - [index] IS 20:27

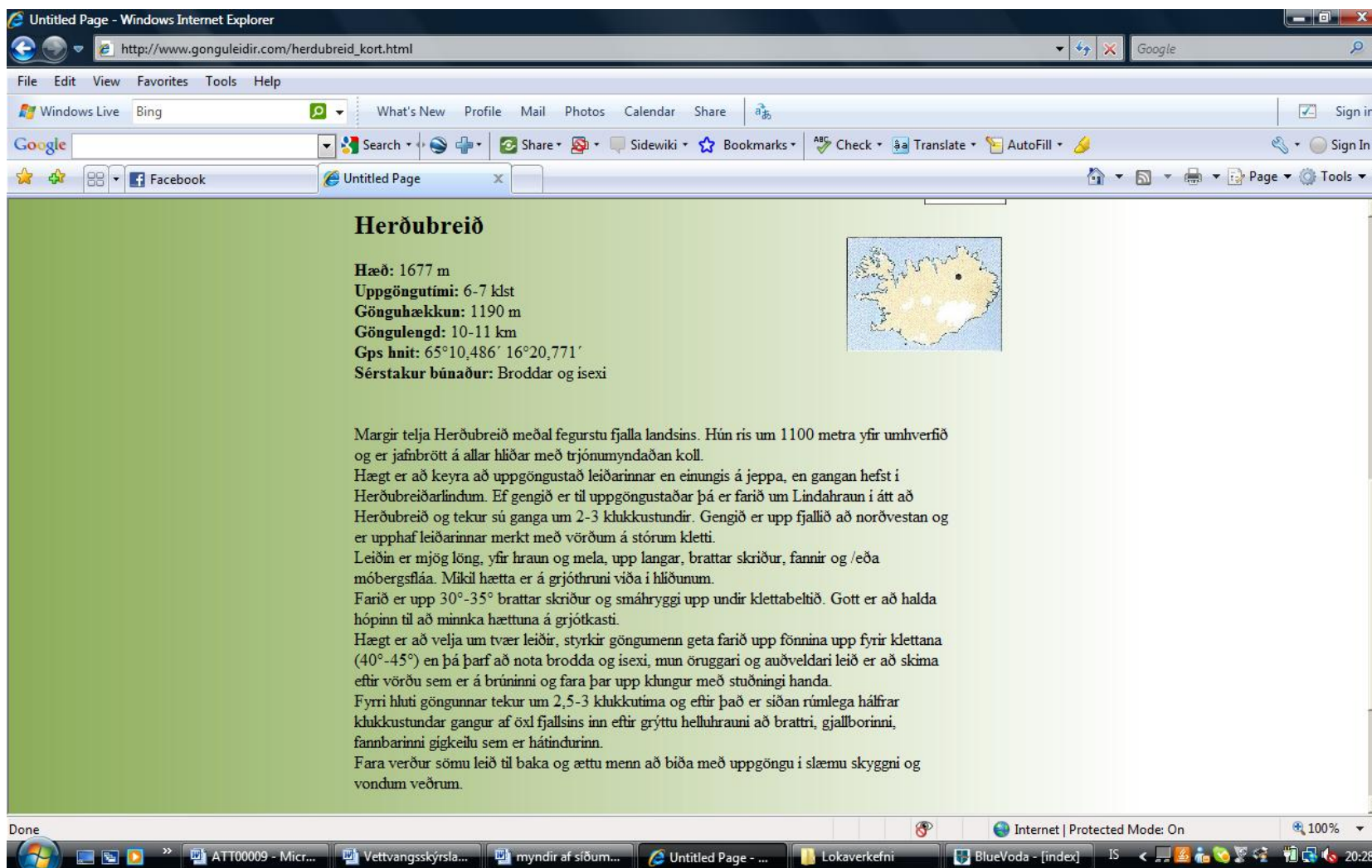
Viðhengi 4. Valdar fjallgöngur á norðausturhluta landsins.

The screenshot shows the website **Gönguleiðir.is** in a Windows Internet Explorer browser. The page features a search bar with the text "leita", a navigation menu with links for HEIM, GOTT AÐ VITA, TÉKLISTI, FRÉTTIR, and FRÓÐLEIKUR, and a legend for hiking routes. The legend indicates four categories: Stuttar 0 - 5 km (purple), Miðlungs 5 - 10 km (green), Langar + 10 km (blue), and Fjallgöngur (red). A map of Iceland displays several red routes, with labels for locations such as Hestskarðshnjúkur, Húsavíkurfjall, Hreppendasúlur, Blámannshattur, Dýrafjallshnjúkur, Krafla, Jökulborg, Súlur, Kerling, Seldalífjall, Vindbelgjarfjall, Kollóttadyngja, Herðubreið, Dyrfjöll, Hvítserkur, Skúnhöttur, and Hólmatindur. The website also includes a "66° NORÐUR ÚTILÍF" logo and a "CINTAMANI" logo. The browser's address bar shows the URL http://www.gonguleidir.com/na_land_fjoll.html.

Viðhengi 5. Valin fjallgangan Herðubreið, kort af gönguleiðinni.

The screenshot displays a web browser window titled "Untitled Page - Windows Internet Explorer" with the address bar showing "http://www.gonguleidir.com/herdubreid_kort.html". The browser's menu bar includes "File", "Edit", "View", "Favorites", "Tools", and "Help". The address bar contains "http://www.gonguleidir.com/herdubreid_kort.html". The browser's toolbar includes "Windows Live", "Bing", "What's New", "Profile", "Mail", "Photos", "Calendar", "Share", "Sign in", "Google", "Search", "Share", "Sidewiki", "Bookmarks", "Check", "Translate", "AutoFill", "Sign In", and "Tools". The main content area features a green background with a search bar labeled "leita" and navigation buttons: "UM VEFINN", "HAFA SAMBAND", "UMRÆÐUR", and "SMÁAUGLÝSINGAR". A large topographic map of Herðubreið is centered, showing a green hiking route. The map includes labels for "Lindahraun", "Herðubreiðarlindir", "(Eyvindarkofu)", "Alfavatn", "Ódádahraun", and "Herðubreiðartögl". A scale bar at the bottom left of the map indicates 0, 500, and 1000 meters. To the right of the map, there are language selection flags (Norwegian, German, French, Spanish, Danish) and a "SHARE" button. Below the map, there is a "Prenta kort" button. The taskbar at the bottom shows the system tray with "Internet | Protected Mode: On" and "100%". The taskbar includes icons for "ATT00009 - Micr...", "Vettvangsskýrsla...", "myndir af síðum...", "Untitled Page - ...", "Lokaverkefni", and "BlueVoda - [index]". The system clock shows "20:28".

Viðhengi 6. Valin fjallgangan Herðubreið, upplýsingar um gönguleiðina.



The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying a webpage titled "Herðubreið". The browser's address bar shows the URL "http://www.gonguleidir.com/herdubreid_kort.html". The webpage content includes the following details:

- Herðubreið**
- Hæð:** 1677 m
- Uppgöngutími:** 6-7 klst
- Gönguhækkun:** 1190 m
- Göngulengd:** 10-11 km
- Gps hnit:** 65°10,486' 16°20,771'
- Sérstakur búnaður:** Broddar og isexi

Below the statistics, there is a map of Iceland with a red dot indicating the location of Herðubreið. The main text provides a detailed description of the trail, including its difficulty, route, and necessary equipment. It mentions that the trail is suitable for hikers with good fitness and experience, and that it involves a steep climb and a descent through a gully. The text also notes that the trail is well-marked and that hikers should be prepared for changing weather conditions.

Margir telja Herðubreið meðal fegurstu fjalla landsins. Hún ris um 1100 metra yfir umhverfið og er jafnbrött á allar hliðar með trjónumyndaðan koll. Hægt er að keyra að uppgöngustað leiðarinnar en einungis á jeppa, en gangan hefst í Herðubreiðarlindum. Ef gengið er til uppgöngustaðar þá er farið um Lindahraun í átt að Herðubreið og tekur sú ganga um 2-3 klukkustundir. Gengið er upp fjallið að norðvestan og er upphaf leiðarinnar merkt með vörðum á stórum kletti. Leiðin er mjög löng, yfir hraun og mela, upp langar, brattar skriður, fannir og /eða móbergsláa. Mikil hættu er á grjóthruni víða í hliðunum. Farið er upp 30°-35° brattar skriður og smáhryggi upp undir klettabeltið. Gott er að halda hópinn til að minnka hættuna á grjótkasti. Hægt er að velja um tvær leiðir, styrkir göngumenn geta farið upp fönnina upp fyrir klettana (40°-45°) en þá þarf að nota brodda og isexi, mun öruggari og auðveldari leið er að skima eftir vörðu sem er á brúninni og fara þar upp klungur með stuðningi handa. Fyri hluti göngunnar tekur um 2,5-3 klukkutíma og eftir það er síðan rúmlega hálfir klukkustundar gangur af öxl fjallsins inn eftir grýttu helluhrauni að brattri, gjallborinni, fannbarinni gígkeilu sem er hátindurinn. Fara verður sömu leið til baka og ættu menn að biða með uppgöngu í slæmu skyggni og vondum veðrum.

Viðhengi 7. „Gott að vita” .Upplýsingar um gönguferðir.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the website http://www.gonguleidir.com/gott_ad_vita.html. The browser interface includes the address bar, menu bar (File, Edit, View, Favorites, Tools, Help), and toolbar with various utility icons. The website content is as follows:

- Header:** The site logo "Gönguleiðir.is" is prominently displayed. Below it is a search bar with the text "leita" and a navigation menu with buttons for "HEIM", "GOTT AÐ VITA", "TÉKKLISTI", "FRÉTTIR", and "FRÓÐLEIKUR".
- Language Selection:** A row of flags for various languages (UK, Germany, France, Spain, Denmark) and a "SHARE" button with social media icons.
- Left Sidebar:** A vertical list of buttons: "UM VEFINN", "HAFA SAMBAND", "UMRÆÐUR", and "SMÁAUGLÝSINGAR". Below these are logos for "66° NORDUR" and "ÚTILÍF".
- Main Content:**
 - Gönguhraði:** A section titled "Gönguhraði" with text explaining that the rule is to never stop, to keep pace with the group, and to take breaks every 300 meters. It also mentions a 12-18 km daily distance.
 - Bakpokinn:** A section titled "Bakpokinn" advising on the importance of a good backpack, including the use of a rain cover and proper weight distribution.
- Right Image:** A square image with a black background, featuring a stylized orange and red flame logo and the text "CENTRAMI" below it.

The browser's status bar at the bottom shows "Done", "Internet | Protected Mode: On", and "100%". The Windows taskbar at the very bottom displays several open applications, including "ATT00009 - Micr...", "Vettvangsskýrsla...", "myndir af síðum...", "Untitled Page - ...", "Lokaverkefni", and "BlueVoda - [index]". The system clock shows the time as 20:29.

Viðhengi 8. „Tékklisti”. Upplýsingar um hvað er gott að hafa með í gönguferðir.

Untitled Page - Windows Internet Explorer
http://www.gonguleidir.com/tekklisti.html

File Edit View Favorites Tools Help

Windows Live Bing What's New Profile Mail Photos Calendar Share Sign in

Google Search Share Sidewiki Bookmarks Check Translate AutoFill Sign In

Facebook Untitled Page

HEIM GOTT AÐ VITA TÉKKLISTI FRÉTTIR FRÓÐLEIKUR

leita

UM VEFINN
HAFA SAMBAND
UMRÆÐUR
SMÁAUGLÝSINGAR

Tékklisti

Pessi listi er ekki tæmandi heldur góður til viðmiðunar og hverjum og einum frjálst að bæta við hann.

Snyrtivörur og sjúkravörur

- Salemisappír
- Tannbursti
- Tannkrem
- Sápa/sjampó
- Handklæði/þvottapoka
- Sólarvörn
- Plástur
- Skæri
- Verkjalyf
- Teygjubindi
- Eyrnatappa

Matur og áhöld

- Pottur
- Eldspýtur
- Hitabrúsi
- Drykkjarbrúsi
- Diskur/glas

Annað

- Göngustafir
- Áttaviti
- Landakort
- Myndavél
- Pening/kort
- Höfuðljós
- Band/viðgerðarsett
- Bakpoki
- Svefnpoki
- Bakpokahlíf
- Plastpoka
- Tjald
- Dýna

Matur

- Kakó
- Súkkulaði
- Frostburraður matur

SHARE

Viðhengi 9. „Fréttir” Fréttir tengdar gönguferðum.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the website <http://www.gonguleidir.com/frettir.html>. The browser's address bar and menu bar are visible at the top. The website has a green background and a large logo at the top center that reads "Gönguleiðir.is". Below the logo is a search bar with the text "leita" and a navigation menu with buttons for "HEIM", "GOTT AÐ VITA", "TÉKKLISTI", "FRÉTTIR", and "FRÓÐLEIKUR". On the left side, there are several buttons: "UM VEFINN", "HAFA SAMBAND", "UMRÆÐUR", and "SMÁÁUGLÝSINGAR". Below these are logos for "66° NORDUR" and "ÚTILÍF". The main content area is titled "Fréttir" and features a news article with the sub-headline "Föst á Fimmvörðuhálsi" and the date "11.04.2010 kl.09:47". The article text reads: "Veður er kolvitlaust á Fimmvörðuhálsi í dag og alls ekkert ferðaveður, að sögn lögreglunnar á Hvolsvelli. Í morgun hafði fólk samband við lögregluna í gegnum neyðarrás og var þá í sjálfhældu í Baldvinskála uppi á hálsinum. Fólkkið, sem er erlent göngufólk verður sótt síðar í dag." Below the text is a link "Nánar..." and a note "(fengið af mbl.is)". On the right side, there are language selection flags and a "SHARE" button. At the bottom right, there is a logo for "CENTAMANI" featuring a stylized sun and flames. The browser's taskbar at the bottom shows several open applications and the system clock displaying "20:34".

Viðhengi 10. „Fróðleikur”. Tölfræðilegar upplýsingar um Ísland.

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying 'http://www.gonguleidir.com/frodleikur.html'. The page content is titled 'ÍSLAND Í TÖLUM' and features a table of statistics. On the left, there are navigation buttons for 'UM VEFINN', 'HAFA SAMBAND', 'UMRÆÐUR', and 'SMÁAUGLÝSINGAR', along with logos for '66° NORDUR' and 'ÚTILÍF'. On the right, there is a logo for 'CINTRAMANI'.

ÍSLAND Í TÖLUM	
Flatarmál landsins	103.000 km ²
Flatarmál sjávar innan fiskveiðilandhelgi	758.000 km ²
Strandlína landsins	4.970 km
Fjarlægðir til næstu landa	
Grænland	287 km
Færeyjar	420 km
Jan Mayen	550 km
Skotland	798 km
Noregur	970 km
Gróið land, stöðuvötn, jöklar og auðnir	
Allt landið	103.000 km
Gróið land	23.805 km
Stöðuvötn	2.757 km
Jöklar	11.922 km
Helstu jöklar	
Vatnajökull	8,300 km ²
Langjökull	953 km ²
Hofsjökull	925 km ²
Mýrdalsjökull	596 km ²
Drangjökull	160 km ²
Eyjafjallajökull	78 km ²
Tungnafellsjökull	48 km ²
Pórisjökull	32 km ²
Eiríksjökull	22 km ²
Práandarjökull	22 km ²
Tindafjallajökull	19 km ²
Torfajökull	15 km ²
Snæfellsjökull	11 km ²
Helstu ár eftir lengd	
Þjórsá	230 km
Jökulsá á Fjöllum	206 km
Ölfusá/Hvítá	185 km
Skiálfandafliót	178 km

Viðhengi 11. „Um vefinn”. Upplýsingar um hvernig hugmyndin að vefnum varð til.

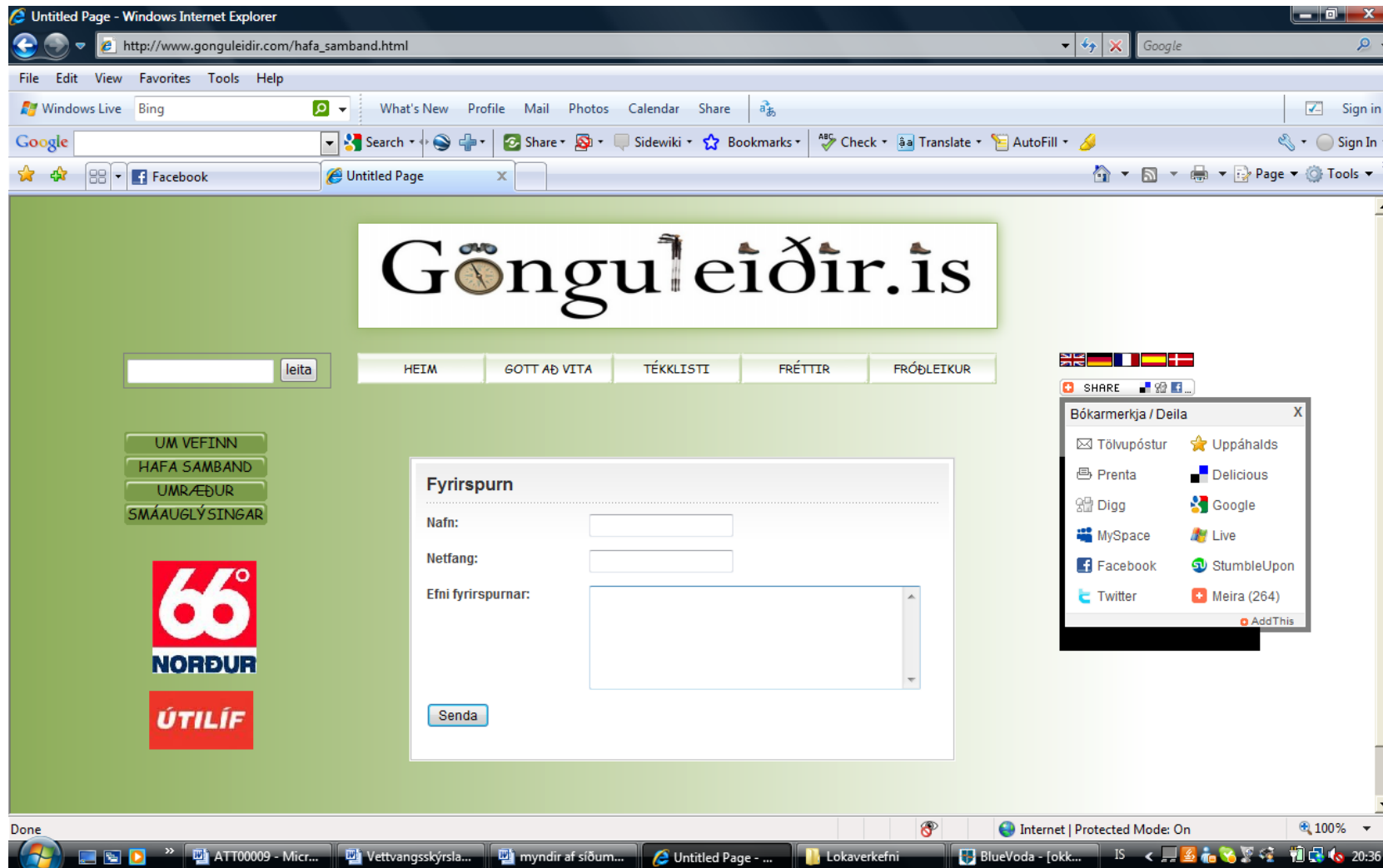
The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window with the address bar displaying `http://www.gonguleidir.com/okkur.html`. The browser interface includes a menu bar (File, Edit, View, Favorites, Tools, Help), a search bar with 'Google' and 'Bing' options, and a toolbar with various icons. The website content is displayed on a green background with the title 'Gönguleiðir.is' at the top. Below the title is a search bar with the text 'leita' and a navigation menu with links: HEIM, GOTT AÐ VITA, TÉKKLISTI, FRÉTTIR, and FRÓÐLEIKUR. On the left side, there are buttons for 'UM VEFINN', 'HAFA SAMBAND', 'UMRÆÐUR', and 'SMÁAUGLÝSINGAR'. Below these buttons are logos for '66° NORDUR' and 'ÚTILÍF'. The main article is titled 'Um vefinn' and contains the following text:

„Hugmyndin af göngukortavefnum kom til síðasta sumar þegar ég, Helena Sif Zóphóniasdóttir nemandi í tómstunda- og félagsmálafræði í HÍ, ásamt föruneysi ákvað kvöld eitt að ganga frá Reykjadal í Hveragerði yfir að Þingvallavatni. Þar sem ákveðið var að leggja af stað í seinna lagi voru allir helstu staðir sem hægt var að nálgast göngukort lokaðir. Þá var ekkert annað að gera en að fara á netið og reyna að finna göngukort af leiðinni, það gekk nú að lokum en tók mjög langan tíma að finna kort sem hægt var að prenta út og hafa með sér. Þar af leiðandi kom upp sú hugmynd að sniðugt væri að hafa einn aðgengilegan vef með kortum af öllum helstu gönguleiðum á landinu. Markmiðið með slíkri síðu væri að sjálfsögðu að þjónusta sem best innlenda og erlenda göngugarpa“.

On the right side of the page, there are flags for various countries and a 'SHARE' button. Below that is a logo for 'CINTAMINI' featuring a stylized orange and red flame or sun symbol on a black background.

The browser's status bar at the bottom shows 'Done', 'Internet | Protected Mode: On', and '100%'. The taskbar at the very bottom displays several open applications, including 'ATT00009 - Micr...', 'Vettvangsskýrsla...', 'myndir af síðum...', 'Untitled Page - ...', 'Lokaverkefni', and 'BlueVoda - [okk...'. The system clock shows 'IS' and '20:35'.

Viðhengi 12. „Hafa samband” þar er hægt að senda inn fyrirspurnir, einnig er „share” deilihnappurinn opinn.



Viðhengi 13. „Umræður”. Þar er hægt að skiptast á skoðunum, góðum ráðum o. fl.

The screenshot shows the website **Gönguleiðir.is** in a Windows Internet Explorer browser. The address bar shows <http://www.gonguleidir.com/umraedur.html>. The page has a green background and includes a search bar with the text "leita". Navigation links include HEIM, GOTT AÐ VITA, TÉKKLISTI, FRÉTTIR, and FRÓÐLEIKUR. A language selection bar shows flags for UK, DE, ES, and DK. A "SHARE" button is visible. The main content area contains a table of discussions:

FYRIRSÖGN	NAFN	DAGUR	UPPFÆRT
Vantar ferðafélagi í sumar	Skúli	11.04.2010	
Auglýstar gönguferðir á suðurl.?	Göngugarpur	22.03.2010	11.04.2010
Hvar er hægt að fá góða gönguskó?	Byrjandi	29.03.2010	

On the left side, there are buttons for "UM VEFINN", "HAFA SAMBAND", "UMRÆÐUR", and "SMÁAUGLÝSINGAR". Below these are logos for "66° NORDUR" and "ÚTILÍF". On the right side, there is a logo for "CENTAMANI" featuring a stylized sun and flames.

Viðhengi 14. „Smáauglýsingar” þar er hægt að óska eftir eða selja búnað til gönguferða.

