

Vindkraft och uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden

Holistiskt perspektiv och
bedömningsverktyg

Solène Prince, Tatiana Chekalina,
Anke Peters



RAPPORT 7137 | JUNI 2024



Vindkraft och uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden

Holistiskt perspektiv och bedömningsverktyg

av Solène Prince, Tatiana Chekalina och Anke Peters

Beställningar

Ordertel: 08-505 933 40

E-post: natur@cm.se

Postadress: Arkitektkopia AB, Box 110 93, 161 11 Bromma

Internet: www.naturvardsverket.se/publikationer

Naturvårdsverket

Tel: 010-698 10 00

E-post: registrator@naturvardsverket.se

Postadress: Naturvårdsverket, SE-106 48 Stockholm

Internet: www.naturvardsverket.se

ISBN 978-91-620-7137-0

ISSN 0282-7298

© Naturvårdsverket 2024

Tryck: Arkitektkopia AB, Bromma 2024

Omslagsbild: Marina Stenby



Förord

Forskningsprogrammet Vindval (2005–2024) var ett samarbete mellan Energimyndigheten och Naturvårdsverket som syftade till att utveckla och kommunicera vetenskapligt baserad fakta om vindkraftens påverkan på människa, natur och miljö. Programmet har producerat ett 50-tal forskningsrapporter och fyra så kallade syntesrapporter. I syntesrapporterna har experter sammanställt och bedömt övergripande forskningsresultat och erfarenheter kring vindkraftens effekter, både nationellt och internationellt, inom fyra områden: människors intressen (uppdaterad 2021), fåglar och fladdermöss (uppdaterad 2017), marint liv (uppdaterad 2022) och däggdjur på land. Resultaten har gett underlag för miljökonsekvensbeskrivningar och för planerings- och tillståndsprocesser kopplade till vindkraftsanläggningar.

Resultaten från programmet har också använts i tillsyn och kontrollprogram, samt myndigheters vägledning. En fas av programmet var fokuserad på planering och avvägningarna mellan miljömässiga och socioekonomiska intressen. Projekten i denna fas har utvecklat metoder och verktyg för att belysa dessa avvägningar.

Vindval har ställt höga krav på den vetenskapliga granskningen av forskningsansökningar och forskningsresultat samt för beslut om godkännande av rapporter och publicering av resultat.

Denna rapport är skriven av Solène Prince, Linnéuniversitetet, Tatiana Chekalina och Anke Peters, Mittuniversitetet.

Författarna ansvarar för innehåll, slutsatser och rekommendationer.

Stockholm maj 2024

Kerstin Jansbo
Programchef Vindval

Innehåll

Förord	3
Sammanfattning	5
Summary	6
1. Inledning	7
1.1 Projektets syfte	7
1.2 Vindkraftsinfrastruktur i Sverige	8
1.3 Turismsystemet	8
1.4 Uppfattat värde av turismupplevelsen	9
1.5 Forskningsdesign med blandade metoder	11
2. Litteraturöversikt	15
2.1 Turisternas uppfattningar och attityder	15
2.1.1 Specifika påverkande faktorer	17
2.2 Andra intressenters uppfattningar och attityder	22
2.2.1 Påverkande faktorer: fördelar, ägarskap och transparens	23
2.3 Energiturismens utbudssida	25
3. Kvalitativ forskning	28
3.1 Intervjuer med turister	28
3.1.1 Insamling och analys av intervjudata	28
3.1.2 Resultat från intervjudata	35
3.2 Innehållsanalys av Instagram-bilder	39
3.2.1 Urval av Instagram-bilder	39
3.2.2 Resultat från innehållsanalysen	40
4. Kvantitativ forskning	43
4.1 Konceptuellt ramverk	43
4.2 Enkätens utformning	46
4.3 Datainsamling	53
4.4 Enkätresultat och analys	54
4.4.1 Intentioner gentemot destinationer med vindkraftsinfrastruktur	54
4.4.2 Åsikter om vindkraft	56
4.4.3 Attityder till att besöka destinationer med vindkraft	64
4.4.4 Utomhusaktiviteter	66
4.4.5 Känslor och beslut att besöka en destination med vindkraft	69
4.4.6 Uppfattat värde av turismupplevelse i naturområden	79
4.4.7 Vindkraftsanläggningar som turistattraktioner	84
5. Slutsats	92
6. Källhänvisning	100

Sammanfattning

Fokus för detta projekt är att utveckla en enkät för att bedöma det uppfattade värdet av turismupplevelsen på destinationer där det finns vindkraftsinfrastruktur synlig i naturen. Forskningen inbegrep att utveckla en enkät på basis av en litteraturoversikt, kvalitativ forskning och insikter från forskning om hållbart konsumentbeteende. Det ska noteras att tidigare forskning har slagit fast att vindkraftsinfrastruktur inte avskräcker turister från att besöka en destination. I litteraturen identifieras fyra faktorer som påverkar turisternas reaktioner på vindkraftverk: visuell påverkan, destinationens egenskaper, turistens ursprung och kännedom samt värdeomdömen. Resultaten från detta projekt visar att turisternas värdeomdömen om hållbarhetsomställning och hållbar konsumtion påverkar deras uppfattningar om vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Detta framgår av både kvalitativa och kvantitativa data.

Den kvalitativa forskningen omfattade intervjuer på fyra svenska destinationer (destinationen Höga kusten, Ånge kommun, Dalarnas län och Kalmar län) och resultaten tyder på att turister i allmänhet inte ser vindkraftverk som något negativt, utan uppskattar dem för att de bidrar till hållbar utveckling och energioberoende. De föredrog bland annat att ha ett fåtal utspridda vindkraftverk och människor verkar förlita sig till den information de får genom social interaktion för att bedöma deras påverkan. Vår studie av relevanta hashtags på Instagram visar dessutom att vindkraftverk avbildades på ett positivt sätt. De kvalitativa resultaten användes för att utveckla det konceptuella ramverket för den kvantitativa enkäten.

Enkäten utarbetades för att mäta miljövänligt och ansvarsfullt turismbeteende. Enkäten omfattade även en kort film för att ge bättre kännedom om en destination med vindkraftverk i naturen. Synpunkterna om vindkraft analyseras för att förstå de svarandes preferenser. Enkäten mäter även det uppfattade värdet av turismupplevelsen i naturområden, där emotionella, epistemiska och eudaimoniska dimensioner samt dimensionen som hållbar destination integreras. Enkäten testades på en panel med svenska deltagare och fick 300 slutliga svar. Resultaten visar att det finns signifikanta samband mellan olika faktorer, vilket bekräftar enkätens validitet. Viktiga teman från den kvalitativa analysen kommer igen i kvantitativa data, med särskild tyngdpunkt på habituering, hållbarhetsassociationer, oro för negativ påverkan och den sociala kontextens inverkan på synpunkter om vindkraft och vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Positiva åsikter om vindkraft formar attityder, förväntade känslor och avsikter att besöka naturområden på destinationer med vindkraftsinfrastruktur. Resultaten visar att deltagare som ägnar sig mer åt utomhusaktiviteter tenderar att ha positiva åsikter om vindkraft. De som är positivt inställda till vindkraft sätter större värde på emotionella, epistemiska, spirituella och hållbarhetsrelaterade faktorer. Resultaten är i linje med det framväxande konceptet energiturism och visar på ett intresse för att besöka vindkraftsanläggningar, särskilt bland dem som har positiva åsikter om vindkraft. I det avslutande kapitlet finns en diskussion om resultaten samt om konsekvenserna av att anpassa enkäten i den verkliga kontexten i form av destinationer där turister kan stöta på vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

Summary

This project focuses on developing a measurement instrument to assess the perceived value of the tourism experience at destinations where there is wind power infrastructure visible in nature. The research involved developing a survey based on literature review, a qualitative study, and insights from sustainable consumer behaviour research. Notably, earlier research established that wind power infrastructure does not deter tourists to visit a destination. In the literature, four factors that influence tourist reactions to wind turbines are identified: visual impact, destination characteristics, tourist's origin and familiarity, and value judgments. The findings of this project reveal that tourists value judgments on sustainability transitions and sustainable consumption influence their perceptions of wind power infrastructure in nature areas. This is shown in both qualitative and quantitative data.

The qualitative research included interviews at four Swedish destinations (i.e., the High Coast destination, Ånge municipality, Dalarna County and Kalmar County), and the findings suggest that tourists generally do not view wind turbines negatively, appreciating them for their contribution to sustainable development and energy independence. Preferences include having few turbines spaced apart and people seem to rely on information gained through social interaction to make judgments on their impact. Furthermore, our study of relevant hashtags on Instagram shows a positive depiction of wind turbines. The qualitative results were used to develop the conceptual framework behind the survey.

The survey was developed to measure pro-environmental and responsible tourism behavior. A short film was included in the survey to enhance familiarity with a destination with wind turbines in its nature. Opinions on wind power are analysed to understand respondents' preferences. The survey also gauges the perceived value of tourism experience in nature areas, incorporating emotional, epistemic, eudemonic, and sustainable destination dimensions. The survey was tested with a panel of Swedish participants with 300 final responses. Results reveal significant relationships between various factors, affirming the survey's validity. Major themes from qualitative analysis persist in quantitative data, emphasizing habituation, sustainability associations, concerns about negative impacts, and the influence of social context on opinions on wind power and its infrastructure in nature areas. Positive opinions on wind power shape attitudes, anticipated emotions, and intentions to visit nature areas at destinations with wind power infrastructure. The survey results show that participants who engage more in outdoor activities tend to have positive opinions on wind power. Those with favourable views of wind power attribute higher value to emotional, epistemic, spiritual and sustainability factors. Results align with the emerging concept of energy tourism, indicating interest in visiting wind power facilities, particularly among those with positive opinions on wind power. The conclusion chapter offers a discussion of the results and of the implications of adapting the survey tool in the real-life context of destinations where tourists might encounter wind power infrastructure in nature areas.

1. Inledning

Under de senaste decennierna har vindkraftsinfrastrukturen utvecklats allt snabbare i Sverige. Även om allmänheten mestadels är positivt inställd till vindkraft, finns det också ett motstånd mot att den byggs ut runt om i landet (Waldo, 2012). Vindkraftsprojekt möter motstånd från lokala intressenter av många skäl, bland annat för att vindkraftsutvecklingen uppfattas få negativa konsekvenser för turismaktiviteter (Mordue m.fl., 2020; Ólafsdóttir och Sæþorsdóttir, 2019; Rudolph, 2014). De gäller främst försämringen av landskapets estetiska kvaliteter. Vindkraftsinfrastruktur kan eventuellt göra landskapet mindre attraktivt för besökare och uppfattas därför riskera att avskräcka vissa turistsegment från att komma. Farhågorna handlar även om att behöva anpassa befintliga turismprodukter och marknadsföringsstrategier eller att behöva utveckla nya för att kompensera för förlorade besöks- och turismintäkter.

Naturen är viktig för den svenska inlandsturismen och lockar en betydande andel utländska turister som vill ägna sig åt utomhusaktiviteter när de är i Sverige (t.ex. turister från Tyskland, Frankrike, Storbritannien, USA samt de angränsande nordiska länderna) (Visit Sweden, 2023). Destinationer runt om i Sverige ser gärna att andelen turister som är intresserade av utomhusaktiviteter ökar ytterligare. Tidigare forskning tyder på att utländska turister är mer kritiska till att det förekommer vindkraftsinstallationer i naturområden än svenska inlandsturister (Wall-Reinius m.fl., 2015). I en stor del av den internationella litteraturen ser man dock inget samband mellan förlorade turismintäkter och förekomsten av vindkraftsinfrastruktur på turistdestinationer (t.ex. de Sousa och Kastenholz, 2015; Fortin m.fl., 2017; Smith m.fl., 2018; Westberg m.fl., 2013).

1.1 Projektets syfte

Insikten om att många faktorer påverkar en turistupplevelse innebär att det behövs ett integrerat tillvägagångssätt för att bedöma turisternas upplevelsevärde av naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur. Projektet ”Vindkraft och upplevelsevärden i naturområden” syftade till att bidra med sådan kunskap. Huvudsyftet med detta projekt var att utveckla ett bedömningsverktyg (en enkät) som kan användas för att ge en helhetsbild av det uppfattade värdet av turismupplevelsen på destinationer där det finns synlig vindkraftsinfrastruktur i naturen. Enkäten som har utvecklats genom projektet bedömer emotionella, epistemiska, spirituella och hållbarhetsrelaterade aspekter av upplevelsevärdet. Forskare vid ETOUR, Mittuniversitetets turismforskningscentrum, genomförde projektet under två och ett halvt års tid (juni 2021–december 2023).

Denna rapport innehåller en översikt över de olika projektfaserna (dvs. litteraturoversikt, kvalitativ forskning och kvantitativ forskning) och dess resultat (dvs. analys av enkätdata). Enkäten ingår i bilagan. Enkäten utvecklades baserat på data från de olika projektfaserna samt på historisk, sociokulturell och teknisk kunskap om vindkraft och vindkraftsinfrastruktur samt om hållbarhet, framför allt vad gäller

miljövänlig och samhällsvänlig konsumtion. För att göra utformningen mer generaliserbar implementerades enkäten på en panel. I slutsatsen sammanfattar vi enkätresultaten och reflekterar över enkätens tillämplighet.

1.2 Vindkraftsinfrastruktur i Sverige

Sverige har utarbetat och antagit markanvändningsplaner och klimatpolitik för att minska beroendet av energikällor med koldioxidutsläpp (SRK, 2016). År 2023 stod vindkraften för omkring 21 procent av den totala elproduktionen i Sverige. Landet har 5 497 vindkraftverk som är ojämnt fördelade mellan regionerna och producerar 34,1 TWh elektricitet (Energimyndigheten, 2023). Sverige är mycket beroende av vatten- och kärnkraft för sin elförsörjning och även om dessa former av elproduktion påverkar miljön syftar de till att bidra till det nationella målet att producera fossilfri el. Den svenska vindelproduktionen har ökat betydligt sedan början av 2000-talet, en faktor som Ek m.fl. (2013) tillskriver teknikutvecklingen och nationella antagandet av kraftfulla politiska mål som gjorde vindkraftsutvecklingen ekonomiskt lönsam i hela landet. För att ge en uppfattning om den snabba utvecklingen kan det nämnas att det år 2000 fanns 527 vindkraftverk utspridda över Sverige, men att det 2010 fanns 2 018 (Energimyndigheten, 2022).

Antalet vindkraftverk och deras installerade effekt varierar mellan de svenska kommunerna (Ek m.fl., 2013). Flest landbaserade vindkraftverk finns i kommunerna i mellersta Norrland, som har stora glesbefolkade områden. Vindkraft ger grön och billig el i enlighet med utsläppsminskingsstandarder i hela landet. Samtidigt som antalet vindkraftverk har ökat under senare decennier, har också motståndet mot att de byggs stärkts (Mels och Aronsson, 2010; Waldo, 2012). Svensk vindenergi (SWEA, 2023) uppger att även om sektorn för förnybar energi entusiastiskt backar upp nya projekt är det klen stöd från de svenska kommunerna. Kommunerna i Sverige har en betydande beslutsbefogenhet gällande markanvändning (Ek m.fl., 2015). Att det finns ett missnöje med vindkraftsutbyggnaden visar sig genom att svenska kommuner under 2022 stoppade 73 procent av de planerade vindkraftverken på sin mark efter lokalt motstånd (SWEA, 2023).

1.3 Turismsystemet

Turism är ett socialt, kulturellt och ekonomiskt fenomen som innebär förflyttning av människor till länder eller platser utanför deras vanliga miljö för personliga eller affärsrelaterade ändamål. Dessa människor kallas besökare och turism har att göra med deras aktiviteter, inbegripet deras turismutgifter (UNWTO, 2021). Tillväxtverket (2016) definierar besökare som personer som reser till ett resmål beläget utanför personens vanliga omgivning under en period som varar högst ett år och syftet med resan ska vara för affärer, fritid eller andra personliga syften. En besökare är en turist om resan omfattar en övernattnings. I annat fall är besökaren en dagsbesökare. I vår studie identifierade vi turister enligt Tillväxtverkets definition av en turist (dvs. en besökare som övernattar under sin resa).

De flesta definitioner av turism inbegriper en resesträcka från den vanliga omgivningen (vanligtvis 100 km). Det är dock allmänt erkänt att lokalinvánarna också bidrar till den lokala turistekonomin genom att delta i fritidsaktiviteter och besökarupplevelser. Att det finns tillgång till fritidsaktiviteter för turister som också är lättillgängliga för lokalinvánare är i själva verket ofta något som motiverar människor att bo och arbeta på vissa platser. De fördelar som den lokala turistekonomin innebär för lokalinvánarna är avgörande för destinationers hållbarhet och kommer att tas upp i denna rapport.

Turismsystemet består av regioner som genererar turister samt av regioner som välkomnar turister. Regioner som välkomnar turister kallas destinationer (Leiper, 1979). En destination kan vara en semesteranläggning, en stad eller ort, ett naturområde, en nationalpark eller en region inom ett land eller hela landet i sig. Det kan till och med vara ett stort område av jorden om en paketresa eller resrutten omfattar besök i olika länder. Det finns generellt sett två slags destinationer: de som är mestadels konstruerade och de som är mestadels naturliga (Holloway och Humphreys, 2020). Genom styrning och ledning av destinationer tillhandahålls tillgång, attraktioner och bekvämligheter till besökare på alla typer av destinationer. Vissa destinationer har fler attraktioner som har byggts för särskilda ändamål än andra (t.ex. museer, konstgallerier, nöjesparker, akvarier och köpcenter), som gör dem mer attraktiva för besökare. Tre avgörande faktorer (dvs. tillgång, attraktioner och bekvämligheter) avgör hur framgångsrik en destination blir gällande att locka besökare. Destinationer som är mestadels naturliga har landskapsattraktioner som skogar, sjöar, dalgångar, grottor och vattenfall. I Sverige omfattar turism till dessa typer av destinationer att delta i utomhusaktiviteter som kajakpaddling, vandring, sportfiske, längdskidåkning och att besöka naturreservat och nationalparker (Fredman och Margaryan, 2014). Destinationer som är mestadels naturliga är även populära för landsbygdsturism, som inbegriper att besöka sjöar och berg men även landsbygd samt att delta i aktiviteter som bondgårdssemestrar, att besöka trädgårdar samt att bo i byar eller avskilt ute på landet (Lane och Kastenholz, 2015).

1.4 Uppfattat värde av turismupplevelsen

För att förstå det värde som turister får från sina semestrar och reseupplevelser är det mycket viktigt att först beskriva turistprodukten och dess komplexa, heterogena och abstrakta karaktär. Turistprodukten är mestadels en samling tjänster snarare än en konkret vara som potentiella köpare kan inspektera före köpet. Det är kombinationen av boende, mat och dryck, transporter, underhållning och andra varor och tjänster som turister köper och använder under en turistresa. Det är viktigt att notera att turistprodukten är abstrakt och bygger på att skapa minnesvärda upplevelser (Hosany m.fl., 2022). För att upprepa en kliché: Att sälja semestrar är som att sälja drömmar. När turister reser köper de i själva verket det tillfälliga nyttjandet av en ovanlig miljö och integrerar det som för dem kan vara nya erfarenheter av geografiska särdrag, kultur och kulturarv samt andra abstrakta fördelar som atmosfär och gästfrihet (Holloway och Humphreys, 2020). Att planera en semester någonstans utanför hemmiljön och sedan minnas den när man är tillbaka kan vara precis lika viktigt för själva turistupplevelsen som att vara på semester (Kim m.fl., 2012).

Turistupplevelsen är därför ett antal aktiviteter som turister deltar i för att skapa sina egna reseupplevelser så att dessa tillfredsställer en rad olika personliga behov, t.ex. njutning och ett sökande efter mening (Hosany m.fl., 2022). Överlag söker turister autentiska, givande, meningsfulla, multisensoriska och transformativa upplevelser när de besöker platser (Buzova m.fl., 2020; Chirakranont och Sakdiyakorn, 2022; Kirillova, 2017). Forskning om turismupplevelsen i naturområden beskriver närmare bestämt en rad olika upplevelsefördelar med att delta i utomhusaktiviteter, bland annat fysisk och mental hälsa, känslomässigt välbefinnande, avkoppling och mindfulness, samklang med naturen, tillägnande av nya kunskaper och färdigheter, glädje i att vara tillsammans med nära och kära, socialisering och känsla av tillhörighet, prestige, självförverkligande och utveckla en egen identitet (Pan och Ryan, 2007; Skår m.fl., 2008; Chekalina m.fl., 2018; Pomfret m.fl., 2023).

Att utforma och tillhandahålla minnesvärda upplevelser till besökare är avgörande för turismindustrin och destinationsutvecklingen (Kim och So, 2022; Tussyadiah, 2014). Turistproduktens heterogena och abstrakta karaktär innebär dock att kvaliteten på dess olika beståndsdelar (t.ex. hotellrummets renhet, transportförseningar, väderprognos, lokalinvánarnas gästfrihet) kan variera och förändras under en resa. Turistupplevelsen av en plats eller semester beror därför till stor del på faktorer som ligger utanför enskilda intressenters kontroll.

Tanken om att värdet i turismupplevelserna är något som skapas gemensamt har blivit alltmer framträdande inom turismstudier sedan början av 2000-talet. Gemensamt värdeskapande implicerar att tjänsteleverantörer skapar möjligheter för konsumenter att producera sitt eget unika värde utifrån sina konsumtionsval (Vargo och Lusch, 2004). Eftersom upplevelsevärde av en destination skapas gemensamt är det ytterst personligt. Två personer kommer inte att uppleva en plats eller semester på exakt samma sätt och skälet till detta är att människor har olika personligheter, tidigare erfarenheter, uppfattningar och drivkrafter för sina handlingar. Allt detta gör upplevelsevärde till ett komplext koncept att forska om och det finns ett behov av att vidareutveckla verktyg som gör det möjligt att utvärdera (Zeithaml m.fl., 2020; Gallarza och Saura, 2020). Inom konsumentbeteende avser upplevelsevärde kundens uppfattningar om produkter eller tjänster genom direkt användning eller indirekt observation. I detta hänseende är turistupplevelsen en rad olika tjänster och produkter som samlas under en semester för att ge turister minnesvärda upplevelser. Utöver de tjänster och produkter som paketerats för dem får turister ett hedoniskt värde av sin semester genom att ha roligt när de är borta hemifrån, ett socialt värde av att tillbringa tid tillsammans med släkt och vänner och ett epistemiskt värde av att tillägna sig nya kunskaper under resorna (Williams och Soutar, 2009). Turistprodukten har också ett funktionellt värde (dvs. produktens eller tjänstens kvalitet och prestanda) och turister kommer att sträva efter att få valuta för sina pengar (Williams och Soutar, 2009).

I och med att hållbar konsumtion blir allt viktigare finns det nu fler dimensioner av upplevelsevärde som anses tillföra ett positivt värde till turistupplevelsen. Hållbar konsumtion är när produkter och tjänster används på sådana sätt att det minimerar miljöpåverkan för att tillgodose människans nuvarande och framtida behov. Inom forskningen kopplas upplevelsevärde i samband med hållbar konsumtion till det altruistiska värdet (dvs. att andra gynnas av ens etiska konsumtion), det ekologiska värdet (dvs. den betydelse som konsumenter tillmäter den påverkan som deras

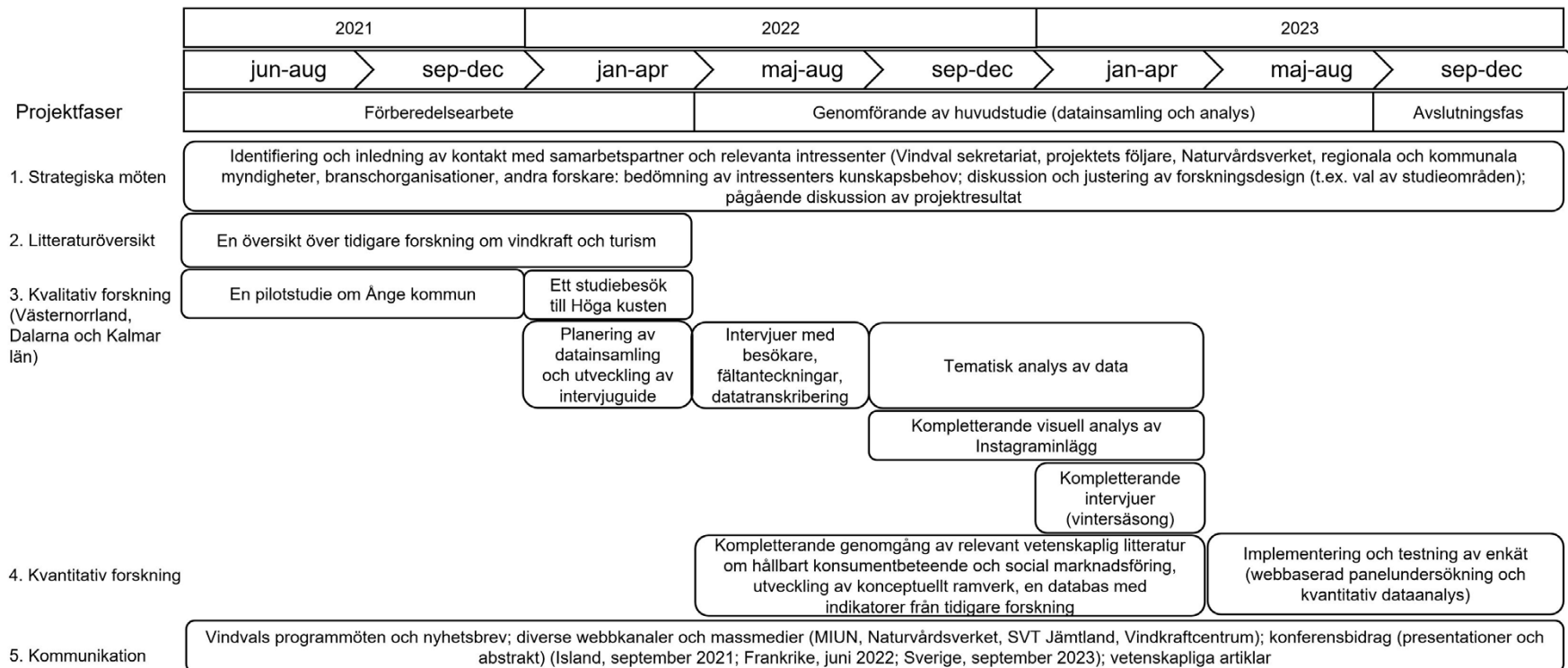
konsumtion har på naturmiljön) och samhällsvärdet (dvs. de fördelar som turistupplevelsen skapar för värdsamhället) (Holbrook, 2006; Butler m.fl., 2016; Zainuddin och Gordon, 2020). Turismkonsumtion anses dessutom ha ett transformativt värde eftersom den kan leda till en förändrad medvetenhet hos turister som genomgår minnesvärda upplevelser (Gallarza och Saura, 2020).

1.5 Forskningsdesign med blandade metoder

En explorativ sekventiell forskningsdesign med blandade metoder användes för att utveckla och testa bedömningsverktyget. Denna metod omfattade flera inbördes relaterade stadier, som utformades för att samverka på ett heltäckande, sammanhängande och pragmatiskt sätt (Creswell, 2014). Enkäten utvecklades närmare bestämt genom en sekvens av tre distinkta, men ändå inbördes relaterade forskningsstadier: 1) en litteraturöversikt, 2) kvalitativ forskning och 3) kvantitativ forskning. Parallellt med de tre forskningsstadierna genomfördes dessutom strategiska möten med relevanta intressenter och diverse kommunikationsaktiviteter till stöd för hela projektet. Resultat från respektive stadium låg till grund för design, genomförande och finjusteringar i efterföljande stadier (se figur 1).

Förberedelsearbetet för projektet (juni 2021–april 2022) omfattade följande aktiviteter:

- Identifiera samarbetspartner och relevanta intressenter och inleda kontakterna med dem, bedöma externa intressenters kunskapsbehov i fråga om turisternas uppfattning om vindkraft och hur den påverkar turistupplevelsen i naturområden samt diskutera preliminära resultat och nödvändiga justeringar av projektets forskningsdesign.
- En pilotstudie om Ånge kommun (juni–december 2021) och ett studiebesök till turistdestinationen Höga kusten (april 2022) i Västernorrlands län.
- En översikt över tidigare forskning om vindkraft och turismindustri (se kapitel 2).
- Kommunikationsinsatserna omfattade att presentera projektet via Vindvals programmöten och nyhetsbrev, att informera om projektet via diverse webbkanaler och massmedier samt att presentera projektet internationellt på Nordic Symposium on Tourism and Hospitality Research i Island (september 2021).



Figur 1. Översikt över projektfaser.

Vindval-programmet stödde projektet genom att upprätta en grupp av vad de kallade ”följare” som skulle fungera som vår referensgrupp. Gruppen med följare bestod av intressenter med ansvar för regional utveckling, vindkraftsetablering och naturskydd. Den fortsatta identifieringen av relevanta intressenter genomfördes med stöd av projektets följare samt under pilotstudien. Projektets kommunikationsinsatser ledde dessutom till ökad medvetenhet bland relevanta intressenter runtom i Sverige, vilket gjorde att kontakt inleddes med projektgruppen och gav ytterligare plattformar för strategiska möten. Interaktionen med intressenter var avgörande för projektets genomförande och gav projektgruppen en djupare förståelse av komplexiteten i intressent-sammansättningen. Detta inbegrep att inse hur olika intressenter arbetar med turismutveckling i naturområden och förstå intressenternas kunskapsbehov i fråga om vindkraftens påverkan på turismen.

Resultaten från den förberedande fasen är litteraturöversikten och forskningsdesignen för det kvalitativa stadiet. I litteraturöversikten i kapitel 2 behandlas faktorer som påverkar uppfattningar och attityder i fråga om vindkraftsinfrastruktur i rekreationslandskap. I kapitel 3 presenteras resultaten från den kvalitativa forskningen. Intervjuerna med besökare i Västernorrlands, Dalarnas och Kalmar län genomfördes främst under sommaren 2022. Den kvalitativa forskningsfasen pågick från september 2022 till april 2023 och omfattade tematisk analys av kvalitativa data, visuell analys av Instagram-inlägg och kompletterande intervjuer i Dalarna under vintern. Avsnitt 3.1.1 och 3.2.1 innehåller en mer ingående beskrivning av den kvalitativa forskningen.

Resultaten från litteraturöversikten och den kvalitativa forskningen låg till grund för projektets kvantitativa forskning (maj 2022–oktober 2023). Eftersom projektgruppen insåg att teori om hållbart konsumentbeteende behövde integreras i det konceptuella ramverket genomförde den en ytterligare genomgång av relevant vetenskaplig litteratur. Genom att integrera insikter från olika delar av litteraturen samt resultat från den kvalitativa forskningen kunde projektgruppen utveckla det konceptuella ramverket som sedan var vägledande för utvecklingen av enkäten (se avsnitt 4.1.).

På grundval av den ytterligare litteraturgenomgången utvecklade vi en databas med indikatorer som skulle kunna vara relevanta för utvecklingen av enkäten (t.ex. de indikatorer som tidigare har använts för att mäta det emotionella, epistemiska och spirituella värdet av turismupplevelsen i naturområden samt det altruistiska och etiska värdet av turismupplevelsen, attityden till miljövänlig konsumtion och förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet kopplade till ett beslut att konsumera miljövänligt eller ej. I nästa steg genomfördes valet av indikatorer med hänsyn till litteraturen och resultaten från vår kvalitativa forskning och indikatorerna anpassades till kontexten där turister möter vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

Resultaten från tidigare projektstadier gjorde att vi kunde identifiera brister i mätningen av relevanta aspekter såsom turismupplevelsens altruistiska och etiska värde. Därför bedömde vi att det var nödvändigt att även föreslå egna indikatorer till enkäten. Baserat på resultaten från vår kvalitativa studie utvecklade vi närmare bestämt en uppsättning indikatorer för att mäta åsikter om vindkraft bland potentiella turister i naturområden. Resultaten från vår visuella analys av Instagram-inlägg var också vägledande för arbetet med att ta fram en kort film som skulle ingå i enkäten för att illustrera en vandringsresa i naturområden med vindkraftsinfrastruktur. Som del av vårt strategiska samarbete med intressenter bad vi relevanta externa aktörer att bedöma relevansen i de beskrivningar och illustrationer av att möta vindkraft i samband med besöket som var med i den korta filmen. I avsnitt 4.2 om enkätens utformning och

avsnitt 4.3 om datainsamling finns en mer detaljerad beskrivning av det metodologiska tillvägagångssättet bakom den kvantitativa studien. I avsnitt 4.4 presenteras testresultaten.

I slutsatsen (kapitel 5) presenterar vi en sammanfattning av projektresultaten, tar upp studiens begränsningar och diskuterar konsekvenserna av att anpassa enkäten till den verkliga kontexten på destinationer där turister kan stöta på vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

2. Litteraturoversikt

En betydande del av projektet bestod i att gå igenom vetenskapliga publikationer om turism och vindkraft på naturdestinationer. Vi identifierade tre generella forskningsområden vad gäller detta ämne: 1) turisternas uppfattningar, attityder och upplevelser, 2) andra turismintressenters uppfattningar, attityder och upplevelser och 3) turism som bygger på upplevelsen av vindkraftsinstallationer (dvs. energiturism). Överlag visar vår litteraturgenomgång att fysiska förändringar av landskapet till följd av utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur påverkar turisternas uppfattningar, attityder och upplevelser vad gäller natur- och rekreationslandskap. Denna påverkan på turisterna beror på specifika faktorer. Vi inleder med att beskriva dessa faktorer och ger en översikt över forskning som fastställer vad som påverkar dem. För det andra beskriver vi faktorer som påverkar andra turismintressenters uppfattningar, attityder och upplevelser (dvs. lokalinvånare och entreprenörer). Slutligen ger vi en litteraturoversikt om energiturismens utbudssida (dvs. en turistprodukt som bygger på upplevelsen av vindkraftsinstallationer).

2.1 Turisternas uppfattningar och attityder

Det finns ett begränsat antal studier som behandlar den specifika frågan om turisternas uppfattningar, attityder och upplevelser i fråga om vindkraftverk på naturdestinationer samt i rekreationslandskap. Vår genomsökning av vetenskapslitteraturen ledde till att 39 vetenskapliga artiklar identifierades inom turismvetenskap och andra akademiska ämnesområden (dvs. energipolitik och fysisk planering, landskapsvård, naturresursförvaltning och miljöekonomi) som hanterar den här frågan. Forskningen visar överlag att vindkraftsinfrastruktur i naturområden normalt inte avskräcker turister från att besöka destinationer. Vi har faktiskt inte hittat några studier om turism, friluftsliv och vindkraft som på ett övertygande sätt visar att destinationernas turismintäkter eller besökarantal minskar specifikt för att det finns vindkraftsinfrastruktur i området. De största farhågorna om vindkraftverkens påverkan på turistupplevelsen kommer från turismsystemets utbudssida. Det finns dock påverkande faktorer bakom turisternas uppfattningar, attityder och upplevelser i fråga om vindkraftverk på naturdestinationer som är värda att utforska.

Av litteraturen framgår tydligt att oron för den påverkan som infrastruktur för förnybar energi, t.ex. vindparker och vindkraftverk, kan ge är något som är särskilt relevant för landsbygdsdestinationer som drar fördel av ett naturlandskaps kvalitet och de estetiska upplevelser detta landskap ger (Rizzo, 2017). I detta hänseende förefaller oppositionen mot vindkraftsutveckling gälla den negativa påverkan som vindkraftsinfrastrukturen uppfattas ge på rekreationsrelaterade och estetiskt inriktade landskapstjänster, t.ex. friluftsliv och naturbaserad turism (Broekel & Alfken, 2015; Firestone m.fl., 2009; Ólafsdóttir & Sæþorsdóttir, 2019; Sæþorsdóttir & Ólafsdóttir, 2020). Det upplevelsevärde som enskilda personer får av rekreationslandskap avser njutningsvärden som avkoppling och välbefinnande (Margaryan m.fl., 2022). Vissa studier visar att turister har en negativ uppfattning om vindkraftsinfrastruktur i naturlandskap. Sæþorsdóttir m.fl. (2018), som undersökte turisternas attityder till vindkraftverk på Islands södra högländ, fann t.ex. att en tredjedel

av turisterna skulle vara mindre benägna att komma tillbaka till området om vindfarmer byggdes där, medan två tredjedelar ansåg att förekomsten av vindkraftverk skulle göra landskapet i området mindre attraktivt. Sæþorsdóttir & Ólafsdóttir (2020) och Tverijonaite m.fl. (2022) skriver också att det generellt sett uppfattas vara mindre lämpligt att bygga vindkraftsinfrastruktur i vildmarksområden eftersom det skulle göra landskapet mindre attraktivt. Utvecklingen av förnybar energi kräver ofta också att det finns tillgång till stora glesbefolkade områden där infrastrukturen kan placeras. Landsbygds- och naturområden är i sig idealiska platser för att utveckla vindkraftsinfrastruktur. Men det innebär också att denna infrastruktur kommer att utvecklas i värdefulla turistregioner och konkurrera med turismintressenter om knappa naturresurser (Sæþorsdóttir, 2012; Sæþorsdóttir & Saarinen, 2015).

Det är viktigt att framhålla att det är skillnad mellan den negativa påverkan som vindkraftverken uppfattas ha på turismaktiviteter och den negativa påverkan de faktiskt har. Vad gäller detta hävdar Mordue m.fl. (2020) att oppositionen mot vindkraftsinfrastruktur med hänsyn till utvecklingen av en turismekonomi härrör från diskurser och praxis för lokala intressentgrupper som försöker motsätta sig oönskad utveckling i landskap de vill bevara. Rudolph (2014) framhåller också att även om det finns enkäter som visar att det inte är någon korrelation mellan vindkraftsinstallationer och nedgångar i besöksantal och turismintäkter, fortsätter lokalinvånarna att känna oro inför vindkraftverkens påverkan på den lokala turismindustrin. Vår litteraturgenomgång visar att när turismleverantörer inkluderas i forskning som rör uppfattningar om vindkraft, utvärderas framför allt dessa leverantörers uppfattning om vad turister önskar se på destinationen, inte faktiska förlorade intäkter eller lägre besöksantal till följd av att vindkraftsinstallationer utvecklas i närheten (Mordue m.fl., 2020; Ólafsdóttir & Sæþorsdóttir, 2019; Rudolph, 2014). Ólafsdóttir och Sæþorsdóttir (2019) och Sæþorsdóttir m.fl., (2021) påpekar t.ex. att isländska turismleverantörer anser att deras kunder är intresserade av att uppleva orörd natur och landskap som ser ofördärvade ut och att det därför enligt deras uppfattning skulle skada besöksupplevelsen om det byggdes vindkraftsinstallationer längs natursköna vägar. Ólafsdóttir och Sæþorsdóttir (2019) nämner att isländska turismleverantörer är oroliga för att de ljusföroreningar som vindkraftverk ger upphov till skulle kunna inverka negativt på turismupplevelser av norrsken. Men om man enbart frågar turister om deras uppfattningar om vindkraftverk tas ingen hänsyn till turisternas vilja att komma tillbaka till eller rekommendera destinationen, eller till deras utgifter på destinationen, inklusive utgifter till leverantörer av naturupplevelser. I den svenska kontexten fann Fredman och Margaryan (2014) att merparten av de naturbaserade turismentreprenörerna är neutrala inför vindkraftens effekt på deras aktiviteter (53 procent av de svarande).

Även om negativa uppfattningar och upplevelser vad gäller vindkraftsinstallationer har identifierats i litteraturen, visar merparten av forskningen att vindkraftverk i många fall har en ganska liten, om ens någon, påverkan på besöksupplevelsen, destinationsvalet eller viljan att komma tillbaka (Brudermann, 2019; Fortin m.fl., 2017; de Sousa & Kastenholz, 2015; Frantál & Kunc, 2011; Nash m.fl., 2007; Rudolph, 2014; Silva & Delicado, 2017; Smith m.fl., 2018; Warren & Birnie, 2009; Westberg m.fl., 2013). Även om besökare tycker att det är visuellt störande med vindkraftverk i naturområden, innebär det inte att de kommer att undvika en plats. Det finns ännu inga klara belegg för att turismekonomin påverkas negativt ekonomiskt på grund av att det finns vindkraftsinfrastruktur på en destination. Forskare hävdar att vindkraftverk och vindparker till och med kan locka besökare, antingen för att se infrastrukturen

i sig eller för att besöka informationscenter (Liu m.fl., 2020; 2019; 2016ab; Westberg m.fl., 2013). I sådana fall kan vindkraftsinfrastrukturen gynna turismutvecklingen genom att utgöra ännu en attraktion på destinationen (se avsnitt 2.3 om energiturismens utbud).

Det finns internationella studier som visar att det inte påverkar turistupplevelsen av ett naturområde alltför mycket om det finns vindkraftsinfrastruktur där. I sin enkätforskning om inhemska turister som besökte två olika naturområden i Tjeckien fann t.ex. Frantál och Kunc (2011) att förekomsten av vindkraftverk inte hade någon betydande negativ påverkan på turisternas uppfattningar om landskapet. Av studiens deltagare var det i själva verket 68 procent som inte höll med om att vindkraftverk hade en betydande påverkan på landskapets karaktär, medan 27 procent ansåg att de hade det. För det andra fastställde Fortin m.fl. (2017) även genom kvantitativ forskning att förekomsten av vindkraftverk har försumbar påverkan på turisternas upplevelse och vilja att komma tillbaka. 84 procent höll inte med om påståendet att de inte skulle besöka en plats om de visste att det fanns vindkraftverk där. Det var däremot bara 6 procent som höll med. Deras studie av turisternas uppfattning om vindkraftverk i landskapet för en populär landsbygdsdestination i östra Kanada visar att turister fortfarande kan välja och vilja komma tillbaka till en destination i första hand för landskapet och naturen även om det finns vindkraftverk utspridda i landskapet. Studien visar till och med att turister kan anse att bilder med vindkraftverk är representativa för destinationens karaktär. I förlängningen kan turister tycka att förekomsten av vindkraftverk utgör landskapskomponenter (Fortin m.fl., 2017; Kalashnikova, 2016).

2.1.1 Specifika påverkande faktorer

Utifrån studier som utvärderar sambandet mellan vindkraftsinfrastruktur och besökarupplevelse har vi identifierat fyra specifika faktorer bakom turisternas opposition, acceptans och till och med uppskattning av vindkraftverk på destinationer. Den första faktorn vi lyfter fram är 1) vindkraftverkens visuella påverkan på turisternas uppfattningar och upplevelser. Denna faktor är den som har mest uppenbar påverkan, men ger inte i sig tillfredsställande inblick i sambandet mellan turism och upplevelsen av vindkraftsutveckling. En annan faktor gäller turismens utbudssida (dvs. destinationen) och är 2) destinationens egenskaper, såsom förekomst av andra antropogena störningar i landskapet. Två andra faktorer gäller specifikt turismens efterfrågesida (dvs. turisten) och är 3) egenskaperna för turistens ursprungsplats och kännedom om destinationen, och 4) turistens värdeomdöme, t.ex. en miljövänlig inställning, altruistiska värderingar och oro vad gäller framtida fördelar.

VISUELL PÅVERKAN OCH ESTETISK DRAGNINGSKRAFT

En allmän uppfattning om vindkraftverk är att de utgör visuella föroreningar som minskar landskapens visuella estetiska dragningskraft (Wolsink, 2007). Landskap består av olika naturattribut som ger dem en distinkt estetisk dragningskraft och ett rekreativvärde, t.ex. kustlinjer, skogar, småstäder och berg (van Zanten m.fl., 2016). Landskap är viktiga för turismupplevelser eftersom turismen är en högst visuell upplevelse som är beroende av den spatiala estetiken för olika tecken och symboler (Urry, 1990). Denna typ av negativ visuell påverkan av vindkraftverk är särskilt framträdande när turistupplevelser av naturområden utvärderas, eftersom turistupplevelsen främst består av synintryck av den upplevda miljön under resor

(Urry, 1990). Studier har visat att det finns en gängse uppfattning om att vindkraftsinfrastrukturen reducerar eller kan reducera naturlandskapets skönhet (Brownlee m.fl., 2015; Devine-Wright, 2010; Graham m.fl., 2009; Sæporsdóttir & Ólafsdóttir, 2020). Vindkraftverk minskar naturlandskapens attraktionskraft genom att avge ljus- och bullerföroreningar, indirekt eller direkt orsaka avskogning och jorderosion, försämra ekosystemen och påverka naturlivet (Dai m.fl., 2015; Haggett, 2012; Lima m.fl., 2013; Leug & Yang, 2012).

Det är inte alla studier om vindkraftverkens visuella påverkan på turistupplevelsen som uppvisar negativa resultat. I sin studie om vindfarmer och upplevelsen av landsbygdsturism i en portugisisk historisk by fann t.ex. de Sousa och Kastenholz (2015) att vindkraftverk kan ha en positiv påverkan på naturlandskapets visuella estetik för turister, framför allt när det gäller inhemska besökares upplevelse. Vissa av deltagarna i de Sousas och Kastenholz (2015) studie angav att vindkraftverken faktiskt förskönade landskapet de besökte och att dessa kraftverk var intressanta att titta på, särskilt när de snurrade. En del deltagare kunde till och med se ett samband mellan de traditionella väderkvarnar som använts fram till helt nyligen och den nya vindkraftstekniken. Kalashnikova (2016) fann att turister föredrar att uppleva mindre vindfarmer som ligger långt från platser av historisk betydelse. Vindkraftverk placerade i områden som redan påverkats av mänsklig aktivitet gjorde till och med landskapet mer attraktivt och skapade ett intressant ”futuristiskt landskap” (Kalashnikova, 2014).

Vindkraftverkens visuella påverkan på besökarupplevelsen beror på fysiska faktorer som är kopplade till själva vindkraftverken. Det rör sig om aspekter som deras placering, antal, höjd, färg, belysning och material, och påverkan kan vara särskilt stark i områden med ett rikt natur- och kulturarv (Cassin & Zolin, 2009). Dessa fysiska faktorer som rör estetiska intryck av vindkraftverk är visserligen viktiga att beakta när utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur ska planeras, men människors attityder till vindkraftverk i naturlandskap och vindkraft i allmänhet påverkas också till stor del av deras egen världsåskådning. Attityderna till landskapsestetik är mycket subjektiva och varierande. När det gäller vindkraft kan de estetiska intrycken av infrastrukturen gälla okvantifierbara faktorer som energitrygghet och global hållbarhet (Bidwell, 2023; 2017; Westberg m.fl., 2015; Wolsink, 2007; Warren & Birnie, 2009). Värdeomdömen om vindkraftverk som rör en miljövänlig inställning och uppfattade fördelar diskuteras senare i detta avsnitt.

Forskare har undersökt attityderna till havsbaserade vindkraftverk för att förstå hur de påverkar uppfattningarna om marina landskap och rekreationsaktiviteter vid kusten, t.ex. båtliv och fiske. När det gäller havsbaserade vindkraftverk är allmänheten mest orolig för den potentiella negativa påverkan på rekreationsaktiviteter vid kusten (Firestone m.fl., 2009; Smythe m.fl., 2020). Forskning visar att fritidsfiskare och båtfolk förefaller vara mer negativt inställda till havsbaserade vindkraftverk än turister och friluftsmänniskor som inte använder ett kustområde för rekreationsaktiviteter (Ladenburg & Dubgaard, 2009). Lokalinvånare ser det som mer acceptabelt att utveckla havsbaserade vindfarmer på mer utvecklade områden då de menar att detta minimerar den negativa påverkan på turismen (Nordman m.fl., 2015). Enligt Smythe m.fl. (2020) kan lokalinvånare ändå se framtida turismfördelar med att ha havsbaserade vindkraftverk om det görs med försiktighet för att begränsa infrastrukturens utveckling och att området kan behålla sin dragningskraft över tid. De flesta intressentgrupper uppfattar det som mer önskvärt att placera vindfarmer ute till havs än på land (Haggett, 2011; Ladenburg, 2010; Ladenburg & Möller, 2011). Avståndet mellan vindkraftverk

och kustlinje har betydelse för åskådaren. Studier har visat att ju större avstånd det är mellan vindkraftverken och kustlinjen, desto mindre visuellt störande tycker turister att de är (Bishop & Miller, 2007; Krueger m.fl., 2011; Ladenburg & Dubgaard, 2009; 2007).

Även om man i litteraturen ofta identifierar negativa uppfattningar om den visuella påverkan som havsbaserade vindkraftverk kan få på turismen (Machado, 2023; Teisl m.fl., 2018), kan den visuella påverkan från havsbaserade vindfarmer ibland också vara positiv för turismen. Genom resultaten från en experimentell design föreslår Westberg m.fl. (2015; 2013) att vissa turismsegment ser vindfarmer som symboler för hållbarhet om de står mer än 8 kilometer från kustlinjen. Detta gäller framför allt om turisterna är intresserade av kulturella, historiska och gastronomiska aktiviteter på destinationen. Detta turistsegment upplever i allmänhet mindre negativ påverkan från havsbaserade vindkraftverk än turister som mest håller till på stranden när de är på destinationen. Uppfattningsfrågor har undersökts ur olika perspektiv. Resultat från en studie som genomförts i Danmark visar att människor som är vana vid att se havsbaserade vindfarmer på stort avstånd från kustlinjen har en betydligt mer positiv uppfattning om dessa vindfarmers visuella påverkan än personer som är vana vid att se vindfarmer närmare kustlinjen (Ladenburg, 2009). På samma sätt påverkas inte attityden till lokal vindkraftsutveckling i någon betydande grad för människor som inte kan se ett havsbaserat vindkraftverk från sitt åretrunt- eller fritidshus (Ladenburg m.fl., 2013).

FYSISKA EGENSKAPER OCH ANTROPOGENA STÖRNINGAR

Forskare har fastställt att de fysiska egenskaperna för en plats påverkar intressenternas attityder till att det förekommer vindkraftverk i landskapet (Brownlee m.fl., 2015; Devine-Wright, 2011). Denna faktor gäller främst den symboliska motsägelsen mellan natur och industri, där teknisk infrastruktur inte anses passa in i landskap med ett naturvärde (Brittan, 2001; Woods, 2003). När vindkraftverk placeras i naturlandskap kan oppositionen bero på att besökare tolkar det som att landskapet är värdefullt på grund av sin naturliga karaktär och därför vill se att det hålls utanför den industriella utvecklingen.

Vindkraftverken är inte det enda industriella hotet mot landskapens naturliga karaktär. I vissa sammanhang är vindkraftverk kanske inte ens det mest påträngande antropogena hotet mot ett landskaps naturliga estetik. Infrastruktur som har skapats av människan, t.ex. gruvor och dagbrott, vallar, kraftledningar och kraftstolpar, elledningar och vattenkraftsdammar, kan även ha en negativ visuell påverkan på ett naturlandskap för turister (Frantál & Kunc, 2011; Hamilton, 2007; Riddington m.fl., 2010). Riddington m.fl. (2010) hävdar att på de flesta destinationer har sådan artificiell infrastruktur en jämförbar, om inte starkare, påverkan på bostadspriserna än vindkraftverk. I Tjeckien fann Frantál och Kunc (2011) att följande antropogena störningar i landskapet var de som skulle avskräcka inhemska turister mest från att återbesöka ett område: industribyggnader, gruvor och övergivna gruvor, mobilmaster och elstolpar och ledningar. Alla dessa antropogena föremål fick fler negativa poäng än vindkraftverk bland de inhemska turister som deltog i Frantáls och Kuncs (2011) enkät. De Sousa och Kastenholz (2015) rapporterar att även om vindkraftverk kan ha en negativ visuell påverkan på turistupplevelsen, kan besökare uppskatta att det inte är något betydligt värre, t.ex. ett raffinaderi, som placerades i landskapet för regional utveckling. Även om vindkraftsteknik har lokal påverkan på markanvändning och ekosystem, är de inte extraherande och förorenande på samma

sätt som traditionella industrier. Turisternas positiva inställning kan förklaras med att de uppfattar vindkraftverk i landsbygdslandskap som ett tecken på att landsbygdsekonomier har moderniserats i miljövänlig riktning (de Sousa och Kastenholz, 2015).

TURISTERNAS URSPRUNGSPLATS OCH KÄNNEDOM OM DESTINATIONEN

Bland turister finns det enskilda faktorer som påverkar deras uppfattningar och upplevelser vad gäller vindkraftverk i naturområden. Exempel på sådana faktorer är särdragen för den plats som turisten kommer från och turistens kännedom om destinationen. Frantál och Kunc (2011) fann exempelvis att det var mer sannolikt att turister från områden med industriell utveckling och nedgång skulle uppskatta vindkraftverk i landsbygdslandskap, eftersom vindkraftverk utgör en ren energikälla och är visuellt tilltalande rent estetiskt. Vilken fysisk och miljömässig karaktär turistens ursprungsplats har är sålunda också en betydande faktor för turistens uppfattning och upplevelse vad gäller vindkraftverk i ett landskap.

Kännedomen om en destination är en annan viktig enskild faktor för turistens uppfattning och upplevelse i fråga om vindkraftverk i ett landskap. Fortin m.fl. (2017) fann att turister som tidigare har varit nöjda med en destination och dess naturlandskap känner fortsatt destinationslojalitet, oavsett om det har tillkommit vindkraftverk i vissa delar av landskapet. Westberg m.fl. (2015; 2013) menar att turister som är lojala mot en destination upplever liten eller ingen störning av att det finns havsbaserade vindkraftverk där. Resultaten från den experimentella studien av Westberg m.fl. (2015; 2013) visar att lojala turister anser att förnybar energi i ett turistområde vid kusten kan mer än uppväga att vindfarmer är visuellt synliga från kustlinjen, oavsett avstånd. De yngre och de äldre personerna i detta lojala segment föreföll särskilt uppskatta den miljövänliga policy som vindkraftverken står för.

MILJÖATTITYDER, PERSONLIGA VÄRDERINGAR OCH UPPLEVDA FÖRDELAR

Forskare har fastställt att turister ofta uppfattar de visuella effekterna av infrastruktur för förnybar energi i förhållande till värdeomdömen snarare än estetiska intryck (Bidwell, 2023; 2017; Oh m.fl., 2023; Westberg m.fl., 2015). Vindkraft är i egenskap av förnybar energikälla en form av grön energi. Många ser det som att utvecklingen av vindkraft kan bidra till att minska beroendet av el från kraftverk som genererar förorenande utsläpp. Till skillnad från den el som kommer från fossila bränslen förknippas inte vindkraft med negativa externaliteter, t.ex. surt regn eller nedsatt synlighet på grund av smog. Även om det finns en oro för att vindkraftsinfrastruktur påverkar landskap, bullernivåer och naturliv, ser allmänheten generellt vindkraftsutvecklingen som en symbolisk strävan för att avvärja klimatförändring och luftförorening (Warren & Birnie, 2009; Wolsink, 2007).

Forskning visar att turister kan uppskatta förekomsten av vindkraftverk på grund av fördelar de ser i egenskap av grön energikälla (Bidwell, 2023; 2017; Brownlee m.fl., 2015; Carr-Harris & Lang, 2019; Oh m.fl., 2023; de Sousa & Kastenholz, 2015; Westberg m.fl., 2015; 2013). I sin studie om vindfarmer och upplevelsen av landsbygdsturism fann de Sousa och Kastenholz (2015) att de flesta inhemska och internationella turister uppfattar vindenergi som något positivt och kopplar vindkraftsutveckling till ord som ”en bra sak”, ”rent”, ”vänligt”, ”skadar inte

miljön” och ”ekologiskt”. Även turister som inte gillade åsynen av vindkraftverk i landsbygdslandskapet uppskattade att det var fördelaktigt att ha dem där (de Sousa & Kastenholz, 2015). Turister är i allmänhet medvetna om hållbarhetsfrågor och alltmer kunniga om åtgärder för att spara energi och minska avfall (Han, 2021). I exempelvis Australien identifierade Dalton m.fl. (2008) att det fanns en önskan om miljövänligt boende och förnybar energiförsörjning bland turister. Vissa samhällsgrupper är mer mottagliga för miljöaspekter, vilket gör dem särskilt benägna att konsumera och agera miljövänligt, även när de ägnar sig åt turismaktiviteter. Miljöintresset kan påverka en persons stöd eller opposition i fråga om utveckling av vindkraftsanläggningar. Friluftsmänniskor och turister i naturområden är generellt sett benägna att stödja miljövänliga initiativ som syftar till att minska förstörelsen av ekosystemet eftersom de värdesätter naturliv, växter och djur (Larson m.fl., 2011).

Generellt sett finns det studier som identifierar en positiv korrelation mellan turisternas acceptans av vindkraftsinstallationer på destinationen och turisternas miljövänliga värderingar och synsätt. Som exempel kan nämnas Brownlee m.fl. (2015), som fann mer stöd än opposition bland marint inriktade friluftsmänniskor i två samhällen i Massachusetts vad gäller utvecklingen av havsbaserade vindkraftverk. Forskarna lade fram hypotesen att den här gruppen människors höga biosfäriska värderingar fick dem att stödja initiativet eftersom det ger ren energi och därigenom bidrar till att minska de negativa effekterna av klimatförändringen. Med sin experimentella studie föreslår också Westberg m.fl. (2015; 2013) att viljan att betala för ett boende som vetter mot en vindfarm på en destination kan tillskrivas turisternas miljömedvetenhet. Forskarna fann att kostnaderna för upplevd visuell olägenhet minskar när vindkraftverken ligger längre från kusten. För genomsnittsturisten kan dock olägenhetskostnaderna i samband med vindkraftverk på 5, 8 eller 12 kilometers avstånd uppvägas av att det finns en konsekvent miljöpolitik och vindkraftsrelaterade rekreativa aktiviteter på destinationen. I ett amerikanskt sammanhang fann Carr-Harris & Lang (2019) också att havsbaserade vindfarmer kan vara attraherande snarare än avskräckande för en plats. I slutändan är vissa turistsegment redo att betala mer för boendet om de vet att det ligger på en miljövänlig semesterort.

De värderingar och synsätt som påverkar acceptansen av vindkraftsinstallationer är komplexa. Bidwell (2017) utvecklade ett ramverk för att identifiera hur turisternas attityder till havsbaserad vindkraftsutveckling påverkas av värderingar, synsätt och personliga upplevelser av ett vindkraftsprojekt. Genom detta ramverk fastställde Bidwell (2017) att altruistiska värderingar (att man bryr sig om andra personer) är en faktor som förutsäger att det finns större stöd och optimism i fråga om påverkan av ett vindkraftsprojekt. Andra värderingar som ingick i detta ramverk är egoism (att man bryr sig om sig själv och andra i ens omedelbara närhet), biosfärism (att man bryr sig om andra arter än människan) och traditionalism (att man föredrar den etablerade samhällsordningen). Turister med traditionella värderingar uppvisade större pessimism och mindre stöd för vindkraftsprojektet. Vid senare studier av samma fall visade Bidwell (2023) att turister med altruistiskt synsätt fick en alltmer positiv attityd räknat från tidpunkten då infrastrukturen för vindkraftsprojektet ännu inte hade börjat installeras och fram till dess att projektet slutligen stod klart. Projektets synlighet är sålunda en faktor som förutsäger den positiva attityden till ett projekt. På liknande sätt fann Tverijonaite m.fl. (2022) att påverkan från föreslagna energiprojekt vanligtvis uppfattas mer negativt än befintliga energiprojekt.

Uppfattade fördelar med vindkraft är också en avgörande faktor för acceptans av tillhörande infrastrukturutveckling (Brudermann m.fl., 2019). Bidwell (2023) konstaterade att turister som är mer optimistiska inför de positiva effekterna av vindkraftsutveckling med större sannolikhet kommer att acceptera förekomsten av vindkraftverk i marina landskap. Detsamma gäller för de bofasta på destinationen. Bland lokalinvånarna finns det ofta en önskan att använda alternativa energikällor i stället för fossila bränslen samt att minska beroendet av utländska energikällor (Kempton m.fl., 2005). Sæþorsdóttir och Ólafsdóttir (2020) fann att invånarna på Island var mer toleranta mot förnybar energiutveckling än turisterna, även om de trodde att den skulle göra landskapet mindre attraktivt. De Sousa och Kastenholz (2015) fastslog att lokalinvånarnas positiva attityder till vindfarmer ofta har att göra med uppfattade ekonomiska fördelar. Vad gäller besökare är deras attityd till vindfarmer ofta knuten till uppfattade energifördelar. Brownlee m.fl. (2015) fann att turisternas stöd för vindkraftsutveckling i närheten av skyddade naturområden mestadels avser en uppfattad ökning av energioberoende. I naturområden som i betydande grad har utvecklats för turistkonsumtion avser stödet bland turister främst en upplevd fördel för framtida generationer. Westberg m.fl. (2015) föreslår att oro för klimatförändringar, kärnenergi och vindkraftens kostnadseffektivitet är viktiga faktorer som påverkar upplevelsen för dem som semesterar i närheten av havsbaserade vindfarmer.

2.2 Andra intressenters uppfattningar och attityder

Utöver turismföretag och destinationsorganisationer omfattar turismintressenter landsbygdsinvånare, beslutsfattare, samhällsledare, personer som semesterar i städer, fritidshusägare och andra affärsentreprenörer. Lokalinvånarnas upplevelser är särskilt relevanta när vi undersöker turisternas uppfattningar om vindkraftverk i naturområden, eftersom lokalinvånarna påverkas både av utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur i rekreationslandskap och utvecklingen av en lokal turismekonomi (de Sousa & Kastenholz, 2015). Lokalinvånarna på en destination utgör dess turismarbetskraft och entreprenörer. Det är därför alarmerande att Fredman och Margaryan (2014) funnit att naturbaserade turismentreprenörer i Sverige uppfattar vindkraftsinfrastruktur som den mest negativa aktiviteten för deras verksamhet, jämfört med exempelvis skogsvägar, fritidsbostäder och kraftverksdammar. I svenska Lappland innebär vindkraftsutvecklingen att markanvändningen sätts under ytterligare press, vilket inverkar negativt på renar och renuppfödning (Skarin m.fl. 2022; Stoessel m.fl., 2022). Även om det inte utgör fokus för vår studie bedömer vi att lokalinvånarnas attityder till förändringar i det lokala landskapet är viktiga att beakta för att förstå turistupplevelser och destinationsutveckling, eftersom dessa intressenter är viktiga aktörer som påverkar besökarnas upplevelse då de skapar, stöder och delar det sociala utrymme och den sociala infrastruktur som behövs för att välkomna besökare.

Det finns visserligen få studier av turisternas uppfattningar och upplevelser vad gäller vindkraftverk i naturområden, men desto fler studier undersöker landsbygdsintressenters uppfattningar och upplevelser i fråga om vindkraftverk i lokala landskap. Dessa studier kommer främst från områden som miljöpsykologi, fysisk planering, energipolitik och landsbygdssociologi. Ofta studerar forskare uppfatt-

ningar och attityder i fråga om vindkraftsinfrastruktur för att fastställa faktorerna bakom acceptans eller opposition bland intressenter som har intressen i det lokala landskapet, såsom lokalinvånare. Forskare har identifierat olika faktorer som påverkar lokala intressenters uppfattningar och attityder i fråga om utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur. Responsen på utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur beror på intressenternas syn på hur dessa utvecklingsprojekt skulle kunna påverka det lokala landskapets egenskaper samt på samhällets motståndskraft och modernisering (Goudriaan m.fl., 2023). Det är viktigt att tänka på att utbyggnaden av vindkraftsinfrastruktur i områden som redan påverkas av externaliteter från extraherande ekonomiska aktiviteter får kumulativa effekter på människorna och platsen (Skarin m.fl., 2022). Det är därför avgörande att överväga många fysiska, politiska, socioekonomiska, globala och individuella faktorer för att förstå acceptans och opposition när det gäller utvecklingen av lokal vindkraftsinfrastruktur. I denna rapport ger vi en kort översikt över dessa sammanlänkade påverkande faktorer.

2.2.1 Påverkande faktorer: fördelar, ägarskap och transparens

Även om det på global nivå finns många argument som talar för att utveckla infrastruktur för förnybar energi, innebär den lokala påverkan på markanvändningspraxis och landskapsestetik att omställningen till förnybar energi blir en kontroversiell samhällsfråga. Infrastruktur för förnybar energi har förmåga att omstrukturera användningen av och åtkomsten till utrymme och lokal ekonomisk aktivitet (Bridge m.fl., 2013). Forskare konstaterar att projekt för förnybar energi, såsom vindparker och vindkraftverk, i närheten av mindre, ofta landsbygdsbaserade, samhällen kan få betydande lokaliserad miljörelaterad, social och ekonomisk påverkan på människor och plats (Klain m.fl., 2018; Picchi m.fl., 2019). Den storskaliga utvecklingen av installationer för förnybar energi förändrar landsbygdslandskapets karaktär och funktion och påverkar därmed ekonomiska aktiviteter, såsom renuppfödning och turism, samt hälsa och välbefinnande för personer som bor i närheten av dessa installationer (Picchi m.fl., 2019; Skarin, 2022). Medan stadsinvånarna ser de fördelar som landsbygdslandskap kan ge i form av avkoppling och fridfullhet ser landsbygdsinvånarna ett värde i landskapet eftersom det är en plats som omger dem varje dag (Johansen m.fl., 2021; Wall-Reinius m.fl., 2019). Landsbygdsinvånarna kommer att förstå hur den tekniska och industriella utvecklingen påverkar en plats på ett helt annat sätt än de som enbart bryr sig om den visuella påverkan på ett landskap, såsom turister (Pasqualetti, 2011; 2001). Det är viktigt att framhålla att landsbygdslandskapets kulturella tjänster (dvs. välbefinnande, rekreation, hälsa) är betydelsefulla faktorer för att skapa en känsla av platstillhörighet för landsbygdsbefolkningen (Margaryan m.fl., 2022).

Människors attityd till utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur på specifika platser hänger framför allt samman med deras anknytning till de områden som har reserverats för utvecklingen (Devine-Wright, 2011; Ladenburg & Möller, 2011). Opposition uppstår vanligtvis när utvecklingen av lokal vindkraftsinfrastruktur upplevs hota kvaliteten och karaktären för en betydelsefull plats eller bedöms generera oacceptabla miljö- och hälsorisker (Broekel & Alfken, 2015; Bues, 2020; Klain m.fl., 2018). Vad gäller detta rapporterar Stokowski m.fl. (2021) att landsbygdsinvånare under omställningsperioder sannolikt söker den uthållighet som finns i deras samhällsarv. Forskare har slagit fast att landsbygdsbefolkningens acceptans

för lokala utvecklingsprojekt för vindkraft vanligtvis är kopplade till en oro för samhällets motståndskraft och modernisering (Goudriaan m.fl., 2023; Rygg, 2012; Van Veelen & Hagget, 2017).

När regeringar antar politik till stöd för omställningen till förnybar energi krävs det inte bara att denna politik är ekonomiskt bärkraftig och praktiskt genomförbar för att bli framgångsrik, utan det måste också finnas en allmän vilja att genomgå den utveckling som krävs (Ek m.fl., 2013). Lokalsamhällen måste med andra ord acceptera och vara redo att planera för den lokala utvecklingen av vindkraftsprojekt för att omställningen till förnybar energi ska kunna ha sin gång (Ek m.fl., 2013). I Sverige har kommuner ett betydande oberoende när det gäller planering och utveckling av markanvändning. Lokalpolitikerns, tjänstemäns och samhällsledares syn på vindkraftsutveckling kommer därför sannolikt att ha stor betydelse för om en kommun accepterar ett utvecklingsprojekt för vindkraft eller inte. Svenska kommuner i renuppfödningssområden måste dessutom samråda med samiska representanter innan det fattas beslut i frågor som kan vara av särskild betydelse för samerna. De ersättningssystem varigenom vindenergibolag investerar en del av vinsten till stöd för samhällsinfrastruktur kan också påverka den lokala acceptansen av utvecklingsprojekt för vindkraft. På de flesta platser saknas dock en institutionaliserad och standardiserad strategi för sådant samhällsengagemang (Aitkens, 2010). Aitkens (2010) hävdar att om det inte i ett tidigt skede förs diskussioner om samhällsfördelarna kan detta få negativa konsekvenser för samhällets uppfattningar om den lokala vindkraftsutvecklingen.

I internationella studier har det överlag slagits fast att samhällets möjlighet att medverka i beslutsprocesser är en avgörande faktor som påverkar attityden till vindkraftsutveckling (Aitkens, 2010; Bidwell, 2017; Devine-Wright, 2011; Graham m.fl., 2009; Krohn & Damborg, 1999). I Sverige måste en kommun enligt plan- och bygglagen informera och samråda med lokalinvånarna när den planerar att uppföra vindkraftsinfrastruktur på lokal nivå. I plan- och bygglagen fastställs att lokalinvånarna ska ha möjlighet till samråd. Kommunerna kan anordna samrådsmöten där lokalinvånarna kan komma med synpunkter på de föreslagna planerna. Kommunen kan även presentera förslaget på sin webbplats, på seminarier, i lokal-tidningar, på lokalradio, i skolor, på bibliotek osv. Krohn & Damborg (1999) förklarar att lokalinvånarnas attityd till utvecklingsprojekt för vindkraft är starkt kopplad till deras attityd till exploitören, planeringsmyndigheterna och planeringsprocessen. Avgörande för den lokala acceptansen av vindkraftsutveckling är frågor som ägandeskap, medverkan och transparens i planeringen (Devine-Wright, 2011; Graham m.fl., 2009; Haggett, 2011; Wolsink, 2012). Viktiga faktorer i detta sammanhang är bland annat upplevd rättvisa under utvecklingsprocessen och en rättvis fördelning av kostnader och fördelar (Aitkens, 2010; Bidwell m.fl., 2022; Gross, 2007). Frågan om vem som äger ett vindenergiprojekt är en viktig påverkande faktor för intressenternas attityder till utvecklingen av lokal vindkraftsinfrastruktur. Mindre vindfarmer som är under lokalt ägarskap får ofta mer stöd från lokalinvånarna än större vindfarmer som ägs av stora bolag, även om dessa större installationer ligger längre bort från lokala attraktioner och aktiviteter (Haggett, 2011; 2008; Gross, 2007; Jobert m.fl., 2007; Wong, 2009). Det finns belägg för att externa exploitörers genomslagskraft kan ge landsbygdsinvånare en känsla av att de inte kan påverka beslutsfattande och planering (Kirkegaard m.fl., 2022). Vad gäller detta hävdar Rygg (2012) att energibolag och deras politiska förespråkare är skickliga på att lägga fram fördelarna med förnybar energiutveckling för samhällen för att få lokalt stöd.

De genomsnittliga lokalinvånarna har vanligtvis en mer nyanserad attityd än lokalpolitiker som tenderar att stödja strategier för ekonomisk tillväxt (Borch, 2018; Stokowski m.fl., 2021). I vetenskapslitteraturen finns det inga konsekventa resultat vad gäller sambandet mellan en djup platsanknytning och stödet till utveckling av vindkraftsinfrastruktur. Personer som känner en stark anknytning till en viss plats är t.ex. inte alltid emot att det utvecklas vindkraftsinfrastruktur där. Studier visar tvärtom att intressenter som har en stark anknytning till en plats är mer benägna att acceptera och stödja vindkraftsinstallationer i närheten av sina samhällen (Brownlee m.fl., 2015; Devine-Wright, 2011; Van Veelen & Haggett, 2017; Zerrahn, 2017). Detta positiva samband är uppenbart när lokalbefolkningen inser att ett vindenergiprojekt kommer att upprätthålla eller förstärka platsens karaktär. I vissa studier har man funnit att initiativ till klimatförändringsanpassningar som stör platsanknytningen kan uppfattas som mer acceptabla än landsbygdslandskapens bevarande, eftersom det finns en rädsla inför att behöva ställas inför klimatförändringen (Clarke m.fl. 2018). Generellt sett finns det inte någon viss attitydtyp som kan förklara opposition eller acceptans vad gäller lokal vindkraftsutveckling, så inga generaliseringar kan göras (Bell m.fl., 2013).

2.3 Energiturismens utbudssida

I och med att det blir allt fler installationer för förnybar energi runtom i världen har också energiturism (dvs. turism som bygger på upplevelsen av energinstallationer) blivit en ny nischmarknad inom turismen. Speciellt den snabba spridningen av teknik för förnybar energi och det stigande intresset för miljövänliga sätt att leva och upplevelser i fråga om grön turism har fått många kritiker att tro att energiturism med koppling till platser för förnybar energiproduktion kommer att bli en strategisk turismnisch att utveckla (Liu m.fl., 2020). Turismforskare har undersökt vad som är typiskt för den här formen av turism och börjat samla in en del information från turister för att förstå deras uppfattningar, attityder och upplevelser av energiturism. Här följer en översikt över denna framväxande nischmarknad och detta forskningsområde inom turismen.

Energibolag och intressegrupper har infört nya strategier för PR och varumärkesbyggande i syfte att påverka den allmänna opinionen så att den blir mer positiv till vindkraftsinfrastruktur (Beer m.fl., 2018; Frantál & Urbánková, 2017). Detta inbegriper att erbjuda konsumentinriktade upplevelser av vindkraftsinstallationer genom att t.ex. upprätta ett besökscenter, ge guidade rundvisningar av installationen och tillhandahålla utbildningsmaterial i anslutning till en vindpark och vindenergi. Det förekommer även att konsumentinriktade produkter utvecklas kring en vindkraftsinstallation i syfte att locka nischmarknadssegment inom äventyrsturism. Exempel på sådana turistprodukter är båtturer eller sightseeingflygningar till havsbaserade vindfarmer och möjligheten att klättra upp i och fira sig ner från vindkraftverk. Här skiljer Frantál och Urbánková, (2017) mellan expertinriktad energiturism som lockar de turistsegment som vill veta mer om tekniken och upplevelseinriktad energiturism som lockar familjer och äventyrssökande turister. Liu m.fl. (2016a) identifierade också olika typer av energiturister (utbildningsturister, semesterturister, romantiskt inriktade turister och naturturister), vilket avspeglar det breda spektrum av intressen som finns bland besökarna på vindkraftsrelaterade besökscenter.

Beer m.fl. (2018) identifierade femton olika anläggningar som involverar besökare i upplevelser av förnybara energikällor och delade upp dem i fyra kategorier för att återspegla den varierande grad av interaktivitet de genererar mellan besökare och förnybara energikällor: 1) besökarna involveras inte på något särskilt sätt utöver utsiktsplattformar där de kan se installationerna för förnybar energi, 2) temastigar har utvecklats och informationstavlor tillhandahålls för att förhöja upplevelsen av installationerna för förnybar energi, 3) det finns interaktiva besökscenter i närheten av kraftverken och 4) det finns utbildningscenter för att tillhandahålla information med nära koppling till viss teknik för förnybar energi.

Bland de utbildningscenter som Beer m.fl. (2018) identifierade var Centre for Alternative Technology i Wales som hade 20 000 besökare 2015, Wild Horse Renewable Energy Centre i delstaten Washington som hade 14 859 besökare 2015 och Nordic Folkecenter for Renewable Energy i Danmark som hade 6 000 besökare 2015. I sin analys inkluderade Beer m.fl. (2018) följande besökscenter: Hellisheiði Geothermal Plant Visitor Centre på Island, Whitelee Windfarm Visitor Centre i Skottland, Cruachan Power Station Visitor Centre i Skottland, North Cape Wind Energy Interpretive Centre på Prince Edward-ön i Kanada, Scrooby Sands Visitor Centre i Storbritannien, Sheringham Shoal Wind Farm Visitor Centre i Storbritannien och Raccoon Mountains besökscenter i Tennessee, USA.

Vissa författare anser att energiturismen kan vara ett verktyg för att öka människors förståelse av vilken påverkan deras energikonsumtion har (de Sousa & Kastenholz, 2015; Frantál & Urbánková, 2017; Van der Horst, 2014). Att ha människor som besöker vindparker har med andra ord utbildningspotential – det kan hjälpa dem att förändra sin syn på energiproduktionen och på sin egen energiförbrukning. de Sousa och Kastenholz (2015) talar om att främja utvecklingen av en ”grön destination” genom att integrera energiproduktion av vindkraft och besökarorienterade installationer när destinationen planeras och utvecklas. På så sätt kan destinationen marknadsföra sig som fysiskt hållbar och inriktad på samhällsförändring genom att utbilda om hållbarhetsfrågor.

Det finns ett fåtal studier där man har undersökt uppfattningar och upplevelser för turister som specifikt besöker vindkraftsanläggningar och besökarorienterade installationer som en del av sina turistupplevelser (Frantál & Urbánková, 2017; Liu & Upchurch, 2020; Liu m.fl., 2020; 2019; 2016ab). Frantál och Urbánková (2017) undersökte energiturister i Tjeckien för att få veta mer om deras motivationsfaktorer och upplevelser vad gäller att besöka energiattraktioner. Turisterna i denna studie besökte även vattenkraftverk och kärnkraftverk, men resultaten är relevanta för att förstå vilka som besöker energiinstallationer och vad som motiverar dem. Det som motiverade energiturister att besöka energiinstallationer var generellt sett i första hand att tillbringa tid på ovanliga platser, följt av ett intresse för energirelaterade frågor. Vad gäller motivationsfaktorer för turister som hade besökt specifikt vindfarmer svarade 37 procent att deras motiv för besöket hade att göra med deras intresse för energirelaterade frågor och 63 procent att de varit där på grund av sitt intresse för vindkraftsteknik. I Kina fann Liu m.fl. (2019; 2016b) genom en kvalitativ studie att de inhemska turisterna på ett stort vindkraftverk uppvisade intresse för hållbar energi, möjligheten att möta olika lokala kulturer och vetenskapen kring vindkraftsteknik samt att de såg det som personligt berikande att kunna berätta om sina upplevelser på vindfarmen för familj och vänner.

de Sousa och Kastenholz (2015) frågade deltagarna i sin studie om en vindkraftsinstallation på den portugisiska landsbygden om de trodde att vindfarmer någon gång skulle kunna bli turistattraktioner. I svaren angavs å ena sidan att vindfarmer skulle kunna bli en sevärdhet och göra en destination mer attraktiv, främst för att de skulle indikera att detta var en modern och miljövänlig destination. Att erbjuda informationsskyltar och till och med ett utbildningscenter skulle vara ett sätt att göra vindfarmer till attraktioner, särskilt för turister som är intresserade av teknik och miljöbevarande. Å andra sidan fann Sousa och Kastenholz (2015) också att det fanns turister som menade att det nu var så vanligt med vindkraftverk på olika håll i världen att det inte skulle vara intressant att se, och än mindre att besöka, vindkraftsinstallationer i ett annat land eller en annan region. Enligt dessa turister skulle de flesta människor redan ha haft möjlighet att lära sig mer om vindkraft innan de kom till en destination.

Merparten av forskningen om energiturism är överlag fortfarande spekulativ och detta inbegriper även spekulationer från studiedeltagare (dvs. de Sousa & Kastenholz, 2015). Nash m.fl. (2007) räknar upp olika faciliteter som turister kan tänka sig skulle förhöja deras upplevelse av vindfarmer i Skottland. På listan finns t.ex. tydlig skyltning, tillgänglighet via väg, en presentbutik, en praktiskt inriktad utställning, utbildningsfaciliteter och visningsskärmar som ger tillräckligt med information, rikligt med platser för att parkera och vända bussar, klassrum för organiserade samtal, faciliteter för mat och dryck, toalettutrymmen, företagsvaror samt aktiva inslag för att hålla barn sysselsatta. Slutligen hävdar Glasson m.fl. (2022) att förbättringsåtgärder för att locka och utbilda turister vid vindkraftsinstallationer, inklusive besökscenter och tillhandahållande av båtturer, används i begränsad utsträckning. De identifierar också underrapporterade ersättningssystem från vindkraftsbolag för att finansiera lokala rekreations- och turismfaciliteter.

Tabell 1. En sammanfattning av påverkande faktorer för uppfattningar och attityder i fråga om vindkraftsinfrastruktur i rekreationslandskap som har identifierats genom litteraturgenomgången. (Författarnas tabell)

Landskapets fysiska karaktär
Typ av rekreationsaktivitet och motivationsfaktorer för att utföra aktiviteten
Grad och typ av anknytning till samhället och platsens egenskaper
Vilken typ av energiprojekt som genomförs och dess utvecklingsprocess
Turisters personliga attribut och värderingar
Syn på förnybar energi och miljö

3. Kvalitativ forskning

Projektfasen med kvalitativ forskning omfattade två former av datainsamling: 1) samtalsintervjuer med turister på svenska naturdestinationer där det finns synliga vindkraftverk i natur- och rekreationslandskap och 2) en visuell analys av Instagram-bilder som tyska och svenska användare har lagt ut av vindkraftverk. I detta avsnitt beskriver vi dessa båda fasers syfte och relevans, metoder för datainsamling samt analys och resultat av dessa båda datainsamlingar.

3.1 Intervjuer med turister

Vi använde oss av kvalitativa samtalsintervjuer för att fånga uppfattningar om landskap där det finns synliga vindkraftverk på svenska naturdestinationer. Kvalitativ forskning är användbar för att förstå de komplicerade, betingade, nyanserade och atypiska relationer som människor skapar till en plats (Booth, 2015). Framför allt ger kvalitativa intervjuer insikter om hur enskilda personer eller grupper av personer, som turister och semesterfirare, tänker kring sin verklighet och hur de konstruerar den genom språket (Picken, 2018). Intervjuerna syftade till att generera information som kunde bidra till att utveckla befintliga modeller av upplevelsevärde. Värdeaspekter relaterade till hållbar konsumtion (dvs. det altruistiska, miljö- och samhällsrelaterade värdet), som i turislitteraturen om vindkraftsinfrastruktur identifieras som relevant för turistupplevelsen, kan fortfarande utvecklas för att bidra till befintliga modeller av upplevelsevärde. Data från intervjuerna hjälpte oss på så sätt att identifiera teman som därefter skulle kunna användas för att ta fram teser som är relaterade till turistupplevelsen av natur- och rekreationslandskap på destinationer med synliga vindkraftverk i landskapet. Det är viktigt att framhålla att detta har gjort det möjligt för oss att operationalisera de upplevelsevärden som är relaterade till hållbar konsumtion i enkätinstrumentet.

3.1.1 Insamling och analys av intervjudata

I detta delavsnitt beskriver vi hur vi samlade in våra kvalitativa data, platserna där vi samlade in dessa data och hur analysen gick till. Vi samlade in kvalitativa data från både inhemska och internationella turister på fyra svenska destinationer som har landskap med högt naturvärde (dvs. destinationen Höga kusten, Ånge kommun, Dalarnas län och Kalmar län). Vi tog kontakt med turisterna på platser där det fanns synliga vindkraftverk eller på platser där det var mycket sannolikt att de hade passerat vindkraftverk (figur 2). Vi genomförde sammanlagt 84 samtalsintervjuer med turister under sommarmånaderna 2022 och under februari 2023. Därefter analyserades dessa data tematiskt.

Intervjufrågorna var som följer:

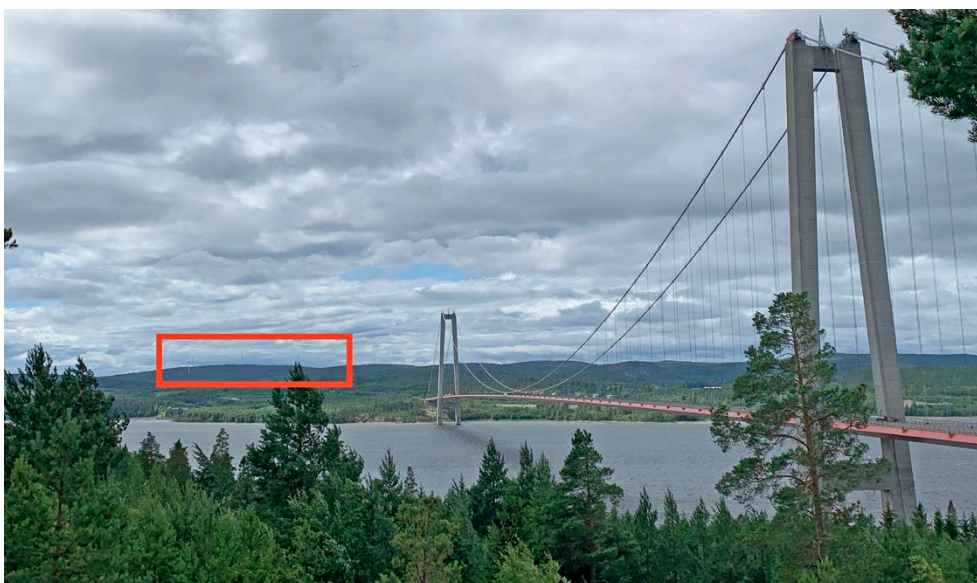
1. Hur skulle du beskriva landskapet i de områden som du besöker i dag som turist?
2. Vad tycker du är mest attraktivt med landskapet i de områden som du besöker i dag? Vilka egenskaper i naturlandskapet tycker du är mest attraktiva i områdena du beskriver?
3. Om du kunde ändra något i landskapet i de områden du beskriver, vad skulle det vara?
4. Har du tänkt på att det finns vindkraftverk i landskapet i de områden du beskriver? Vad tänker du om att vindkraftverk placeras i naturområden?



Figur 2. Platser där intervjudata samlades in. Kartan har skapats av María Antonia Martínez Caldentey (2023) med hjälp av ArcGIS.

HÖGA KUSTEN, VÄSTERNORRLANDS LÄN

Vi har 28 intervjuer från destinationen Höga kusten i Västernorrlands län. Höga kusten ligger vid Östersjökusten och står på Unescos världsarvslista eftersom området har en exceptionell geologi och är ett unikt exempel på postglacial landhöjning. Destinationen Höga kusten är känd för sin hängbro över Ångermanälvens utlopp. Bron, som ger en ännu bättre utsikt över Ångermanlands landskap, bidrar till den imponerande vyn över berg och öar utanför kusten. Från utsiktspunkter i området har besökare möjlighet att se kustlandskapet med bron. Från dessa utsiktspunkter kan man tydligt se två stora vindparker på avstånd. Vindkraftverken är också klart synliga för personer som kör över Högakustenbron. Tjugo av intervjuerna från destinationen Höga kusten genomfördes på en utsiktspunkt med utsikt över Högakustenbron i närheten av Hotell Höga Kusten. Vissa av dessa intervjuer genomfördes på en led i närheten av denna utsiktspunkt, Lilla Höga kusten-leden. Leden ger en fantastisk utsikt över kustlandskapet, men går också direkt till ett vindkraftverk som ligger högst upp på ett berg.



Figur 3. Vindkraftverk är synliga från den här utsiktspunkten intill Högakustenbron. Det rödmarkerade området visar var vindkraftverk syns i landskapet för åskådare. (Foto: Anke Peters, 2022).

I Skuleskogens nationalpark kan Höga kusten-besökare vandra omkring i tuff terräng med klipptoppar. Parken har en topografi med djupa sprickor och grottor. Höga kusten-leden går genom Skuleskogens nationalpark och knyter på så vis samman parken med populära platser på kusten, t.ex. utsiktspunkterna som nämndes ovan. Skuleskogen ligger vid Östersjön, öster om E4:an längs Bottniska viken, medan Skuleberget ligger väster om E4:an, några kilometer norr om Docksta i Kramfors kommun. Berget är 295 meter över havet och stupar lodrätt längs sidan som vetter mot motorvägen. Vid Skulebergets fot ligger ett ”naturum” – en särskild typ av besökscenter som finns på olika håll i svenska naturområden och har till uppgift att tillhandahålla detaljerad information och utbildningsmaterial om den omgivande naturen. Naturum-anläggningar följer specifika riktlinjer från Naturvårdsverket och drivs av lokala myndigheter. Via vandringsleder och en linbana kan besökarna

nå Skulebergets topp, där det finns utsiktspunkter, picknickområden och ett litet kafé öppet under sommaren. Vindkraftverk är synliga från Skulebergets topp. Åtta intervjuer genomfördes omkring Skuleberget.

ÅNGE KOMMUN, VÄSTERNORRLANDS LÄN

Ånge kommun ligger i landskapet Medelpad i Västernorrlands län. Tretton intervjuer genomfördes vid olika turistattraktioner och naturområden i Ånge kommun. En populär turistattraktion i kommunen är Sveriges geografiska mittpunkt. Platsen ligger uppe på ett berg, Flataklocken, intill Munkbysjön strax utanför Torpshammar. Flataklocken är Sveriges äldsta och mest välkända geografiska mittpunkt. Uppe på Flataklocken finns en restaurang och en utsiktsplats som ligger så att turister kan blicka ut över skogslandskapet från bergets topp. Därifrån kan man se vindkraftverk på långt avstånd. Restaurangen tillhandahåller en provisorisk karta för att hjälpa åskådarna att lokalisera vindfarmer i landskapet som de blickar ut över. Fem av intervjuerna från Ånge kommun ägde rum på denna populära plats.

I Ånge kommun genomfördes tre intervjuer på en naturcamping intill Myckelmyrberget, Medelpads högsta berg. Längs vägen till campingen är vindkraftverken tydligt synliga i landskapet. Berget är 578 meter över havet och ligger i ett naturområde, cirka 2 mil väster om tätorten Alby. Vi inkluderade naturreservatet Jämtgaveln (där man tydligt kan se vindkraftverk i slutet av den största vandringsleden) som en relevant plats för datainsamling. Men den dag då data samlades in fanns det inga turister i naturreservatet. Intervjuerna genomfördes i stället på Erikslunds naturum och turistbyrå. Naturum är ett museum med utställning om områdets natur och kultur. Inga vindkraftverk är synliga från Naturum i Erikslund, men de är synliga på vägen dit. Intervjuerna från Naturum (fem stycken) inriktades på de vindkraftverk som turister skulle ha sett i Ånge kommun på väg till Erikslund.



Figur 4. Vindkraftverk är synliga i Stensjö naturreservat där Myckelmyrberget ligger (till vänster). Sveriges geografiska mittpunkt på Flataklocken har märkts ut för turister (till höger). (Foto: Solène Prince, 2022).

DALARNAS LÄN

Dalarnas län är en populär svensk turistdestination som erbjuder besökarna en rad olika kulturarvsupplevelser och friluftaktiviteter. Med sina längdskidspår och skidbackar har Dalarna rykte om sig att vara en skiddestination i världsklass. Sju intervjuer ägde rum i Dalarna under sommaren 2022 och ytterligare 16 intervjuer i februari 2023 under skidsäsong. Samtliga sommarintervjuer i Dalarna ägde rum

högst upp i utsiktstornet på Naturum i Siljansnäs. Utöver att tillhandahålla en utställning om områdets natur och kultur och erbjuda turistinformation har Naturum i Siljansnäs ett utsiktstorn med en spektakulär utsikt över Dalarnas skogslandskap och sjön Siljan. Även om det finns vindkraftverk i Leksands kommun där Siljansnäs ligger, är det inga vindkraftverk som syns direkt från utsiktstornet. Intervjuerna som gjordes högst upp i utsiktstornet inriktades därför på de vindkraftverk som turister skulle ha sett i Dalarna på väg till Siljansnäs.

Under sommaren besökte en av forskarna Ljungåsen i Ludvika kommun. Det är ett populärt längdskidsområde i Dalarna där ett av spåren heter Vindkraftspåret och avsiktligt visar upp vindkraftverk som en del av skidupplevelsen. Det fanns dock inga turister där under sommaren. Forskaren återvände därför till Ljungåsen vintertid för att hitta turister att intervjua. Syftet med att genomföra ytterligare intervjuer vintertid var att inkludera vinterturisternas perspektiv i studien, men även att få perspektiv från personer som semesterar i ett område där vindkraftverk visas upp som en del av landskapsupplevelsen. Av de sexton intervjuer som genomfördes i februari gjordes tio i Ljungåsen längs Vindkraftspåret med vindkraftverk, fyra vid den mindre skidbacken Fjällberget och två på längdskidspåret i Sörskog varifrån man också kan se vindkraftverk.



Figur 5. Vindkraftverk är synliga från längdskidspåren i Ljungåsen och är även en del av utomhusupplevelsen. Den här skylten visar vägen till Vindkraftspåret. (Foto: Anke Peters, 2022).

KALMAR LÄN

Vi genomförde 20 intervjuer i Kalmar län, närmare bestämt i Mönsterås kommun och på den närliggande ön Öland. Öland är ett mycket populärt semester mål i sommartid. Öns stränder och jordbrukslandskap utgör själva kärnan av dess destinationsimage. Ön är låglänt och några höga utsiktspunkter där man kan blicka ut över landskapet ingår inte i turistprodukten. Detta innebär att vindkraftverken på Öland ofta ligger så att de inte är synliga från populära turistattraktioner. Vindkraftverken är dock synliga från vägar som leder till populära turistattraktioner. På Öland ligger två olika naturreservat – Trollskogen och Ottenby – med sina egna naturum som visar upp områdets natur och kultur. Trollskogen ligger längst ut på öns norra udde och är känd för sina tallar, som har formats av vinden där de står intill den utsatta

stranden. Ottenby ligger längst ut på öns södra udde och omfattar olika livsmiljöer, inklusive kustvåtmark, sjömarker, skogsmark och Europas största alvar – en unik miljö som ligger på en kalkstensberggrund. Här finns en rad olika fågelarter och Ottenby är mycket populärt för fågelskådning. Några vindkraftverk syns inte från de båda naturreservatens leder och platser, men syns däremot i jordbrukslandskapet som man behöver köra längs med för att ta sig dit. Dessa intervjuer på Öland inriktades därför på de vindkraftverk som turister skulle ha sett på ön på väg till dessa naturreservat. I början av sommaren 2022 genomfördes fem intervjuer vid Trollskogen och ytterligare fem intervjuer vid Ottenby.



Figur 6. Vindkraftverk är synliga i Ölands landsbygdslandskap (till vänster) och för vandrare på Mönsteråsleden (till höger). (Foto: Solène Prince, 2022).

Sexton havsbaserade vindkraftverk är synliga från den lilla fiskehamnen Kårehamn på Ölands östkust. I hamnen ligger Kårehamns populära fiskrestaurang. Det finns även ett kafé intill hamnen och i hamnområdet finns en ställplats för husbilar som är öppen året runt. År 2011 utsågs denna ställplats för husbilar till ”Sveriges ställplats 2011”. De sexton vindkraftverken ligger ca 7 km från Kårehamn och är synliga för dem som parkerar husbilen intill hamnen samt för dem som äter på ortens restaurang och kafé. Sju intervjuer genomfördes med turister som hade sina husbilar parkerade i Kårehamn.

Vindkraftverken i vindpark Åby-Alebo är mycket synliga från populära naturområden i Mönsterås kommun. Mönsteråsleden ligger påtagligt nära vindparken och från vissa platser längs leden syns och hörs vindkraftverken klart och tydligt. Vi inkluderade naturområdet Kevershäll som en relevant plats för datainsamling om uppfattningarna om vindkraftverken i vindpark Åby-Alebo. Där genomfördes tre intervjuer. I detta naturområde finns skogsleder, synlig berggrund och branta sluttningar. Det är ett litet naturområde och den enda vandringsleden är ca 2,5 km lång. Här finns ett utsiktstorn och utsiktsplattformar på bergssluttningarna med utsikt över skogslandskapet i Mönsterås kommun samt Östersjön. Från dessa utsiktspunkter är vindkraftverken i vindpark Åby-Alebo i hög grad synliga för åskådaren.

Vi valde dessa fallstudieområden genom målstyrt urval. Målstyrt urval är en urvals-metod som är vanligt förekommande i kvalitativ forskning för att identifiera och välja informationsrika fall för att använda begränsade resurser på mest ändamåls-enliga sätt (Patton, 2002). Genom målstyrt urval kan kvalitativa forskare rekrytera deltagare som kan tillhandahålla djupgående och detaljerad information om det undersökta fenomenet. Genom att konsultera relevanta intressenter, göra preliminära observationer och studera olika material fann vi områden som var särskilt lämpliga att studera med tanke på vårt forskningssyfte. Det vi var ute efter var framför allt populära turistdestinationer med landskap av högt naturvärde och där det finns vindkraftsinfrastruktur i omgivningen. En viktig faktor var att det måste vara destinationer där vindkraftsinfrastrukturen tydligt kan ses från populära turistmål och turistleder.

Till studien letade vi också efter destinationer som kunde representera olika landskapstyper med högt naturvärde. Öland och Mönsterås kommun representerar det pastorala landskapet med jordbruk och mindre samhällen, Ånge kommun representerar landskapet för en naturbaserad destination, medan Dalarnas län och destinationen Höga kusten representerar landskapet med ett rikt kulturarv och högt naturvärde. De olika landskapstyperna hjälpte oss att överväga skillnader i turisternas perspektiv som berodde på variationer i landskapsegenskaper. Samtidigt använde vi denna strategi för att undersöka likheter i turisternas uppfattningar oavsett landskapsegenskaper. Analysen inriktades på de övergripande likheter som framkom i våra data.

Kontakt togs med deltagarna på besöksmål och attraktioner, såsom utsikts-plattformar, leder, informationsplatser och natur- och kulturreservat. Personer som identifierades som invånare i området (dvs. i kommunen) exkluderades från studien. Samtalsintervjuerna genomfördes på svenska, tyska eller engelska. De flesta deltagarna var svenskar (n = 43) och den näst största gruppen var tyskspråkiga turister (n = 31). Ett fåtal representerade andra nationaliteter (n = 10). Under samtalsintervjuerna beskrev deltagarna landskapet i områdena de besökte och vad de tyckte var mest attraktivt med det. Därefter diskuterade vi förekomsten av vindkraftverk i landskapet på platsen de besökte och som de hade sett under sitt besök. Vi talade även med dem om vad de tyckte om vindkraftverk i naturområden i allmänhet. Intervjuerna pågick i cirka tio minuter och spelades in med deltagarnas samtycke.

Data analyserades med tematisk analys. Den ontologiska ram som är vägledande för vår tematiska analys är konstruktivism, vilket innebär att vår analys har inriktats på människors ord och hur dessa skapar en särskild verklighet för både studiens deltagare och forskare (Terry m.fl., 2017). I en första omgång genomfördes en kodnings-process i två faser där de inledande koderna genererades sedan man hade gjort sig förtrogen med sina data. Därefter samlades liknande koder i potentiella teman. I en andra omgång gick forskningsgruppens medlemmar igenom potentiella teman för att kontrollera om de fungerade bra i förhållande till de data man hade. Genom denna granskningsfas kunde vi ta fram de teman som vi presenterar härnäst. Utifrån dessa teman härledde vi därefter fem teser för att stödja operationaliseringen av enkätinstrumentet. Vi publicerade resultaten från vår kvalitativa studie i den vetenskapliga tidskriften *Tourism Geographies* (se Prince m.fl., 2023).

3.1.2 Resultat från intervjudata

Vår kvalitativa dataanalys ledde fram till fem teser. Dessa teser bygger på fem teman som vi identifierade i våra data och som illustrerar turisternas generella uppfattningar och upplevelser i fråga om vindkraftsinstallationer och landskap med ett rikt naturarv. Dessa teman är som följer: 1) en allmän acceptans av att det förekommer vindkraftverk i naturlandskap och i närheten av rekreationsområden, 2) en uppfattning om att vindkraftverk är nödvändiga för dagens moderna livsstil, 3) vindkraftverkens antal och avstånd i förhållande till åskådaren är en avgörande faktor för hur de accepteras, 4) sociala farhågor och en avsaknad av tydlig information om vindkraftens påverkan påverkar synen på dem, och 5) vindkraftverk uppfattas som problematiska av friluftsmänniskor. Dessa teman presenteras här nedan, medan teserna vi härledde för operationaliseringen av enkätinstrumentet finns i tabell 2.

TEMA 1) ALLMÄN ACCEPTANS

Överlag verkade våra intervjuade besökare på naturdestinationer i Sverige inte vara överdrivet störda av att det fanns vindkraftverk i landskapet vid de destinationer de besökte. Det fanns en del besökare som ogillade att det låg vindkraftverk i naturområden. De ville inte se dem i närheten av skyddade områden och tyckte inte heller att det skulle finnas alltför många vindkraftverk i närheten av sådana områden. I allmänhet verkade de intervjuade besökarna vana vid vindkraftverk och visade neutrala känslor gentemot vindkraftverken de observerade eller hade observerat under sitt besök. För vissa turister var det inget speciellt med vindkraftverk eftersom de ser dem varje dag i sina egna länder (dvs. Tyskland och Schweiz) och är vana vid att de förekommer i natur- och landsbygdslandskap. Följande tre citat återspeglar den vana och neutralitet som många besökare uttryckte vad gäller vindkraftverk i naturlandskap i intervjuerna:

Jag kommer från norra Tyskland, så de är så normala för mig. Jag ser dem varje dag, så jag lägger inte riktigt märke till dem längre... de är bara en del av bilden.

Jag bryr mig inte riktigt, om jag ska vara ärlig. Det är som att jag ser dem men utan att egentligen tänka på dem, det är inget jag bryr mig om. Jag tycker att de är rätt trevliga ibland.

Jag störs inte av vindkraftverk. Det är kanske för att jag inte har hört dem. Jag skulle inte säga att jag inte skulle bli störd av ljudet, men jag störs inte visuellt.

Det gör ingen skillnad för mig egentligen. Jag tycker att de ser coola ut när de snurrar runt. Här vid utsiktsplattformen skulle kanske inte vara någon bra plats, men om det finns några få som står till exempel vid sidan av vägen eller till och med ute i havet så är det okej.

TEMA 2) VINDKRAFTVERK ÄR NÖDVÄNDIGA FÖR DET MODERNA LIVET

Vissa besökare visade positiva känslor för vindkraftverk när de talade om att se dem i landskapet. Många av de intervjuade besökarna uttryckte positiva känslor för vindkraftverken de observerade eller hade observerat under sitt besök genom att koppla dem till vikten av mer förnybara energikällor för en hållbar framtid. Denna koppling återspeglades genom uttalanden som: ”Vi behöver mer energi och vi vill ha mer grön energi, så vi behöver vindkraftverk” och ”Jag blir alltid glad när jag ser vindkraftverk, för då vet jag att där görs det grön energi”. De intervjuade turisterna såg framför allt vindkraftverken som en lösning på det angelägna behovet av att öka produktionen av förnybar energi för en hållbar framtid. De fyra citaten nedan visar ytterligare hur turisterna uttryckte en acceptans för att ha vindkraftverk utplacerade i naturlandskapet eftersom man vill se en mer förnybar energi-produktion som stöder dagens moderna livsstil:

Vi behöver mer energi och el och mer grön energi. Priserna har redan stigit så mycket och jag är säker på att de kommer att stiga ännu mer nu i vinter.

Eftersom vi behöver ladda våra mobiltelefoner bland annat. Så jag har bestämt mig för att tycka att de är bra. Jag blir glad när jag ser dem. Vinden är en energikälla som aldrig tar slut.

Vi behöver mer el. Man ser det på elpriserna nu: vi befinner oss i en kris. Så ja, vi behöver [vindkraftverk]. Kanske till och med ännu fler, även om jag personligen inte är deras största fan. Vi behöver dem. Jag tror att vi måste acceptera det.

Jag tror att vi behöver dem. Vi pratar om den ”gröna omställningen” och en del av det är helt enkelt gröna alternativ för att generera hållbar energi. Jag tror att vi helt enkelt kommer att behöva acceptera dem här och där om vi vill fortsätta leva det liv vi har vant oss vid i västvärlden.

TEMA 3) AVSTÅNDET EN AVGÖRANDE FAKTOR

De flesta besökare föreföll visserligen acceptera och till och med uppskatta vindkraftverkens närvaro i landskapet, men många av dem hade ändå synpunkter på var och hur de borde placeras för att undvika att de skadar den estetiska upplevelsen av landskapet. Många besökare verkade tycka att vindkraftverk hellre borde byggas ute till havs än på land. Enligt dessa besökare finns det värdefull natur på land som behöver skyddas mot infrastrukturutveckling, samtidigt som människor även kan bli störda av vindkraftverken om de placeras alltför nära bostäder. Genom intervjuerna fick vi en allmän känsla av att vindkraftverken skulle vara mindre störande för besökarna om de placerades på avstånd från människor och natur. Även om vindkraftverken fortfarande skulle vara synliga för åskådaren, vore det bättre att bygga dem så att de låg på långt avstånd från människor och känslig natur. Med andra ord borde vindkraftverken helst ligga på avstånd. Följande fyra citat illustrerar dessa känslor:

Jag skulle inte vilja ha dem i ett skyddat område, som här i nationalparken, men om jag bara ser dem på avstånd härifrån är det helt okej.

Jag tycker att de hellre borde bygga [vindkraftverk] ute till havs i stället för här – det vore toppen.

Jag tänker att om [vindkraftsinfrastruktur] är alltför nära människors bostäder är det inte bra, men det här verkar, öööh, vara en bra plats. Där det finns vind, ute till havs eller här på fälten, är det bra. Man ser också många väderkvarnar i trä här på ön, så det visar hur bra Öland är för vindkraft.

De behöver stå någonstans! Och här vid kusten och ute till havs är det en perfekt plats! Jag tycker att det är viktigt att de inte står i naturskyddade områden, nationalparker eller till och med naturreservat, men här är det perfekt!

Hur många vindkraftverk som syns i ett naturlandskap har också betydelse, menar besökarna. Ofta upplevde de svarande att det var acceptabelt med det nuvarande antalet observerade vindkraftverk i ett landskap, men att det inte borde byggas fler vindkraftverk i området. Om det fanns fler vindkraftverk skulle det störa landskapsupplevelsen. Ett mindre antal vindkraftverk utspridda med större avstånd verkade överlag vara det alternativ man främst föredrog för att bevara naturlandskapets estetiska dragningskraft. Följande citat visar hur de intervjuade besökarna resonerade kring antalet vindkraftverk som bör placeras ut och var de bör placeras i naturlandskap:

Det finns bara några få [vindkraftverk] här. Det vore annorlunda om det var en vindpark med tio vindkraftverk, men så är det inte.

Om det är några stycken är det okej, men inte för många och de bör tänka på hur de placeras i landskapet.

TEMA 4) SOCIALA FARHÅGOR OCH BRIST PÅ INFORMATION

En intressant sak var att de svarande ansåg att deras egna normer för vindkraftverk skilde sig från de sociala normerna. De svarande hade vissa åsikter om den allmänna opinionen om vindkraftverk och deras påverkan på naturlandskapen. Som beskrivits ovan angav många av de intervjuade besökarna att de inte stördes av att det fanns vindkraftverk i naturlandskapen under sitt besök. Men trots detta ansåg de att om andra personer var i samma situation och såg ut över ett naturlandskap med synliga vindkraftverk skulle de svara att de stördes av dem. Det verkar vara en allmänt vedertagen uppfattning att den sociala normen är att vindkraftverk är störande för upplevelsen av ett naturlandskap. Ändå var det många av de intervjuade som inte anslöt sig till den här normen, även om de var övertygade om att den fanns. Följande båda citat åskådliggör det till synes allmänna synsättet om att andra, till skillnad från en själv, störs av vindkraftverk i naturlandskap:

Jag är förvånad eftersom det är färre vindkraftverk här än jag trodde att det skulle vara. Samtidigt vet jag att det finns de som klagat på dem, särskilt vad gäller den visuella aspekten. För egen del har jag inga problem alls med vindenergi.

Jag tror att många människor skulle störas av hur det ser ut här och framför allt av belysningen. För egen del störs jag inte, men andra skulle ju bli det.

Vissa av personerna vi intervjuade hänvisade till medierna när de reflekterade över sina åsikter om vindkraftens påverkan på människor, landskap och ekosystem. Enligt personerna vi intervjuade finns det mycket vilseledande information i medierna, vilket förvillar allmänheten när det gäller vindkraftverkens verkliga påverkan. Följande tre citat demonstrerar detta:

Det står alltid en massa om det i tidningarna. Det kommer alltid nya vindkraftverk och de blir bara högre och högre...

Om de är i närheten av hus kan jag tänka mig att de är väldigt störande och det är kanske också vad man har hört om i medierna.

Jag har hört alla argumenten: fåglarna, skuggan, bullret, till och med fåren störs av dem!

TEMA 5) FRILUFTSLIVSUTÖVARNASUPPLEVELSER

Resultaten från de intervjuer som gjordes i Dalarna vintertid visar att människor som ägnar sig åt utomhusaktiviteter i naturområden, i det här fallet längdskidåkning, inte förefaller störas särskilt mycket av att det är vindkraftverk i landskapet. Det beror främst på att friluftslivsutövarna är helt fokuserade på aktiviteten de håller på med. Friluftsliv ger människor olika former av upplevelsevärde. Det kan t.ex. vara ett socialt värde när man umgås med vänner och familj utomhus eller ett värde kopplat till att förbättra sin fysiska form och förmåga när man tränar under en fysisk aktivitet. De två citaten nedan visar hur besökare gav uttryck för betydelsen av landskapets estetiska kvaliteter när man håller på med en fysisk utomhusaktivitet som längdskidåkning:

(Skid)spåret är verkligen fint i dag. Det är ett nygjort spår, så det är fantastiskt glid på skidorna. Det är goda snöförhållanden i dag och det är trevligt att åka skidor här genom skogen, det går lite uppför och lite nedför, men det är inte för svårt.

Det är så fint här. Vädret kunde vara bättre, men man får verkligen åka skidor genom det här fantastiska vinterlandskapet. Det är väldigt fin natur att åka skidor i, ett väldigt varierat landskap här, vilket är trevligt.

Personerna vi intervjuade ägnade inte mycket uppmärksamhet åt vindkraftverken, utan det som var värdet med deras utomhusupplevelse av längdskidåkning var i stället spårens kvalitet, väderförhållandena och vinterlandskapets egenskaper. Vindkraftverkens synliga närvaro inverkar inte negativt på dessa personers upplevelse av längdskidåkningen. Även när skidåkarna gav uttryck för uppfattningar om vindkraftverk och deras negativa landskapspåverkan beskrevs inte vindkraftverken som en faktor som påverkade den omedelbara friluftsupplevelsen negativt. Följande båda citat visar hur skidåkarna uttryckte denna likgiltighet gentemot vindkraftverk i rekreationslandskap och det första citatet visar till och med att vindkraftverk kan tillföra ett upplevelsevärde eftersom de ger variation i landskapet:

Vindkraftverken är nära här. Det är bra att de är här. Det är ingen som bor här, så de stör inte. Det är fint här. Min son gillar dem väldigt mycket, så vi åker skidor här eftersom det är något speciellt som är mer intressant för barn och de gillar det här.

Ja, det finns många vindkraftverk här. Väldigt nära. Jag gillar dem inte normalt. Jag har inget emot dem, men jag tycker inte att de är särskilt trevliga. Det finns bra skidspår här, det är därför vi kommer.

Tabell 2. Teser som har härletts från temana inför utvecklingen av enkäten. (Författarnas tabell)

Tes 1:

Vindkraftverk inverkar inte negativt på besökarnas upplevelse av naturområden och tillhörande landskap.

Tes 2:

Vindkraftverk kan uppskattas för sin betydelse för hållbarhet samt för energioberoende.

Tes 3:

I naturområden är det bäst med ett fåtal vindkraftverk som ligger långt från varandra.

Tes 4:

Turister utgår från uppfattade sociala normer och informell kunskap för att bedöma vindkraftverkens påverkan på naturområden.

Tes 5:

Turister som deltar i utomhusaktiviteter lägger inte märke till vindkraftverk i naturlandskap.

3.2 Innehållsanalys av Instagram-bilder

En visuell analys av bilder som har lagts ut på den sociala plattformen Instagram (instagram.com) genomfördes för att förstå hur människor uppfattar vindkraftverk i naturlandskap och hur de kommunicerar information om dem. Visuell analys förbättrar förståelsen av hur det visuella materialet kommunicerar och fungerar, oavsett om det genererar mening, framkallar känslor eller skapar en sinnesstämning (Rose, 2023). Visuell analys kan användas för allt visuellt material, däribland fotografi (Rose, 2023). Syftet med denna fas av den kvalitativa datainsamlingen var att samla in information om vilka kännetecken hos vindkraftverken som väcker uppmärksamhet hos människor som betraktar och fotograferar dem för att sprida visuellt innehåll till andra. Denna fas av datainsamlingen användes därför för att fastställa vilken typ av bilder av vindkraftverk som har betydelse för turister och bör därför inkluderas i enkäten för att användas som visuella markörer tillsammans med teserna om deras visuella dragningskraft.

3.2.1 Urval av Instagram-bilder

Instagram-inlägg omfattar fyra olika element: bild, bildbeskrivning, omnämmanden och hashtaggar. Vår innehållsanalys inriktades på komposition och estetik för bilder av vindkraftverk som hittats i Instagram-inlägg. Innehållsanalysen är ett forskningsverktyg som används för att fastställa förekomsten av vissa ord, teman eller begrepp i kvalitativa data (t.ex. text och bilder) (Cresswell, 2014). Även om det inte genomfördes någon specifik innehållsanalys av textelementen för de Instagram-inlägg vi valt ut, kontrollerade vi om det fanns stöd för dem genom att ord kopplade till ”kraftverk” och ”vindkraft” omnämndes i bildbeskrivningarna samt om det fanns en positiv, negativ eller neutral konnotation i dessa bildbeskrivningar.

Innehållsanalysen omfattade visuellt material som producerats och lagts ut på Instagram av svenskar och tyskar. Vi valde medvetet att jämföra bilder som producerats av tyska och svenska användare eftersom enkäten kommer att anpassas för att undersöka svenska och tyska besökare. Bilder för innehållsanalys valdes ut genom den svenska hashtaggen #vindkraft och den tyska motsvarigheten #windkraft. För att fånga hela spektret av säsongsmässiga landskapsförändringar samlade en forskare manuellt in inlägg under ett helt år (från mars 2022 till mars 2023), med hjälp av ”visa senaste”-funktionen för hashtaggar på Instagram och kunde på så vis samla in inlägg regelbundet. Eftersom det tyska #windkraft gav betydligt fler inlägg än det svenska #vindkraft samlades alla tillgängliga svenska inlägg in först. För att undvika selektionsbias valdes därefter de tyska inläggen ut manuellt för att matcha antalet svenska inlägg som gjorts per månad. Sammanlagt 320 inlägg samlades in (varav 160 med den svenska hashtaggen och 160 med den tyska hashtaggen) för innehållsanalys med dessa hashtaggar. Inlägg från följande typer av personer uteslöts från urvalet för att inte leda till resultat med systematiska fel: aktivister, politiska partier, företag från energisektorn, offentliga institutioner, kommuner och andra offentliga och privata intressenter. Dessutom uteslöts inlägg från byggarbetare med koppling till vindkraftverk, från professionella fotografer med fokus på vindkraftsfotografering samt upprepade inlägg från samma konto med ett mycket likartat motiv.

3.2.2 Resultat från innehållsanalysen

Det förekom en del skillnader mellan den typ av visuellt innehåll man hittade genom det tyska #windkraft och det svenska #vindkraft. Generellt sett kunde skillnaderna inte hänföras till den sociopolitiska eller ekonomiska situationen i de båda länderna, utan snarare till de landskapstyper som finns i dessa länder, fotografernas estetiska preferenser och bildkompositionen vad gäller hur många vindkraftverk som fanns med i bildrutan och hur de var placerade. När det gäller bildbeskrivningarna förekommer det framför allt likheter. I de inlägg vi valt ut med den svenska hashtaggen #vindkraft och den tyska motsvarigheten #windkraft avbildades vindkraftverken överlag mestadels positivt, och detta beror kanske främst på Instagram-plattformens karaktär.

LANDSKAPSKARAKTÄR

Det faktum att Tyskland är mer urbaniserat och industriellt, medan Sverige har mer landsbygdskaraktär med vad som förefaller vara mer orörda naturlandskap medförde en betydande skillnad för de typer av visuellt innehåll som de båda nationaliteterna lade ut med hashtaggar kopplade till vindkraft. Totalt sett avbildade cirka 25,5 procent av de tyska inlägg som ingick i urvalet för den här studien vindkraftverk i ett jordbrukslandskap (t.ex. intill sädes- och rapsfält), vilket kan jämföras med 16 procent av de svenska inläggen. Vindkraftverk i naturområden med få spår av mänsklig påverkan avbildades i 32 procent av de inlägg från svenskar som ingick i urvalet. Strax över hälften av de bilder som ingick i urvalet från de båda nationaliteterna avbildade inte någon annan infrastruktur än vindkraftverk. I såväl tyska (44,5 procent) som svenska (37,5 procent) Instagram-inlägg kunde man utöver vindkraftverk ibland även se andra typer av infrastruktur (t.ex. vägar, hus, kraftledningar och kraftnät). I urvalet av Instagram-inlägg var det vanligt att rekreativinslag avbildades i kombination med vindkraftverk. För tyskar var det främst bilar och cyklar som avbildades tillsammans med vindkraftverk i de här Instagram-inläggen, medan det för svenskar var främst båtar och cyklar.

ESTETISKA PREFERENSER

Tyskarna hade en viss tendens att lägga ut dystrare och mörkare bilder av vindkraftverk på Instagram än vad svenskarna gjorde. I vårt urval hade tyskarna lagt ut fler svartvita bilder och hade fler bilder som var tagna under delvis molniga förhållanden eller med en mörk, molnig himmel. De svenska inläggen med bilder av vindkraftverk var med större sannolikhet i färg och avbildade med en klarblå himmel. Det var 11 procent av de tyska Instagram-inläggen i urvalet som hade svartvita bilder av vindkraftverk, vilket kan jämföras med 5 procent av de svenska Instagram-inläggen i urvalet. Av de tyska Instagram-inläggen gällande vindkraftverk var det 34 procent som hade bilder med en mörk, dyster himmel, medan motsvarande siffra för de svenska inläggen var 24 procent. Inlägg med nattfoton av vindkraftverk var något vanligare med den tyska hashtaggen. Ofta fick dessa inlägg betydligt högre synlighet genom vindkraftverkens röda blinkande nattbelysning. Det framgår inte om skillnaderna i fråga om vilka atmosfäriska förhållanden man helst väljer när man fotograferar vindkraftverk för Instagram-inlägg på något sätt symboliserar den nationella inställningen till vindkraft. De flesta av dessa bilder saknade textstöd, så det finns ingen direkt förklaring till att de båda nationaliteterna skilde sig åt på detta sätt.

De båda nationaliteterna uppvisade likheter i estetiska preferenser när de lade ut bilder av vindkraftverk på Instagram. Det är självklart viktigt att komma ihåg att Instagram är en plattform där människor ofta lägger ut bilder som utgör en idealiserad version av verkligheten. Därför var det inte alltför förvånande att hitta estetiskt tilltalande foton av vindkraftverk på denna plattform, även om vi är medvetna om att det är vanligt förekommande med negativa uppfattningar om vindkraftverkens visuella påverkan. I de Instagram-inlägg som ingick i urvalet för denna studie visade de flesta bilderna av vindkraftverk vackra landskap där vindkraftverken var huvudobjekt. Många människor från både Sverige och Tyskland lade ut bilder av vindkraftverk i solnedgång. Sättet som vindkraftverken hade fotograferats på i dessa inlägg tydde inte alls på att de uppfattades som en störning i det vackra landskapet, utan de visades i stället upp som ett inslag som kan generera en vacker bild. För både svensk och tysk hashtag gällde att merparten av de analyserade inläggen hade vindkraftverk som bildens fokuselement eller som ett inslag i förgrunden av bilden.



Figur 7. Foton som exemplifierar typiska bilder som har publicerats på Instagram av svenska användare (till vänster) respektive tyska användare (till höger). (Foto: Solène Prince, 2022 (till vänster) och Anke Peters, 2022 (till höger)).

VINDKRAFTVERK OCH BILDKOMPOSITION

Inlägg med havsbaserade vindkraftverk var vanligare i det svenska innehåll som samlats in. Endast 1 procent av de tyska inläggen i urvalet avbildade havsbaserade vindparker, vilket kan jämföras med 12 procent av de svenska inläggen. Merparten av de analyserade inläggen med svensk såväl som tysk hashtag hade vindkraftverk som bildens fokus eller som ett inslag i förgrunden av bilden. I många fall kunde vindkraftverket ses som enbart vackra inslag som människor ville fotografera. För svenskar och tyskar på Instagram framstår vindkraftverk som estetiskt tilltalande fysiska inslag som kan fotograferas för sin inneboende dragningskraft.

BILDBESKRIVNINGAR

De analyserade inläggen gjordes främst för att visa upp vackra bilder av natur- och landsbygdslandskap. Inläggen gjordes generellt sett inte för att komma med något slags ställningstagande för eller emot vindkraftsutveckling. Ytterst få inlägg hade text till stöd för ett ställningstagande om vindkraftsutveckling eller gav uttryck för någon ståndpunkt om förekomsten av vindkraftverk i naturlandskap. När det gäller bildbeskrivningarna för Instagram-inläggen i vårt urval uppvisade de båda nationaliteterna likheter. Endast 33 procent av de svenska inläggen i vårt urval hade ord med koppling till vindkraft (t.ex. vindenergi, vindkraftverk, vindförhållanden, produktivitet) i sin bildbeskrivning. Dessa beskrivningar var mestadels neutrala i tonen (23 procent) och bekräftade enbart bildens innehåll. En mindre andel av bildbeskrivningarna visade på en positiv inställning till vindkraftverk (9 procent), medan enbart ett fåtal (1 procent) visade på en negativ inställning. På liknande sätt angav enbart 36 procent av de tyska inläggen i vårt urval ord som var kopplade till vindkraft i sin bildbeskrivning. Dessa beskrivningar var mestadels neutrala i tonen (24 procent) och bekräftade enbart bildens innehåll. En mindre andel av bildbeskrivningarna visade på en positiv inställning till vindkraftverk (7 procent) medan en ännu mindre andel (6 procent) visade på en negativ inställning. De inlägg vi analyserade med solnedgångar eller naturlandskap saknade i allmänhet stöd i form av ord med koppling till vindkraft i sin bildbeskrivning. Vindkrafts-inlägg med mänskliga inslag i landskapet (t.ex. byggnader, infrastruktur, vägar, industriell aktivitet) hade däremot ofta en bildbeskrivning där man angav vindkraftverk och deras produktivitet.

Tabell 3. Resultat från den visuella analysen som ligger till grund för visuella markörer för utvecklingen av enkäten. (Författarnas tabell)

Vindkraftverk visas ofta i kombination med objekt som har skapats av människan (dvs. vägar) och/eller landskap som har formats av människan (dvs. jordbruk).

Människor tycker om vackra landskap där vindkraftverken är huvudobjekt.

Vindkraftverk är särskilt tilltalande för fotografen när solen skiner och det är blå himmel i bakgrunden.

Vindkraftverk uppfattas som vackra inslag i ett panoramalandskap.

Människor tar bilder för att visa att de är positivt inställda till innebörden och estetiken av vindkraftverk i landskap.

4. Kvantitativ forskning

I detta kapitel presenterar vi först det konceptuella ramverket (se figur 8) som vägledde oss när vi utvecklade och testade bedömningsverktyget (enkäten). Därefter presenterar vi enkätens innehåll och struktur för att mäta det uppfattade värdet av turismen på destinationer där det finns synlig vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Vi beskriver hur vi har utformat verktyget med hjälp av våra kvalitativa resultat, litteratur om turism och vindkraft samt även forskning om hållbart konsumentbeteende. Varje del av enkäten presenteras och förklaras i ett separat underkapitel, där vi också tillhandahåller de olika resultaten. Vi presenterar en analys av resultaten för varje del av enkäten för att bedöma validitet samt även ge resultat om upplevelsevärde av turistupplevelser i naturområden med vindkraftsinfrastruktur.

4.1 Konceptuellt ramverk

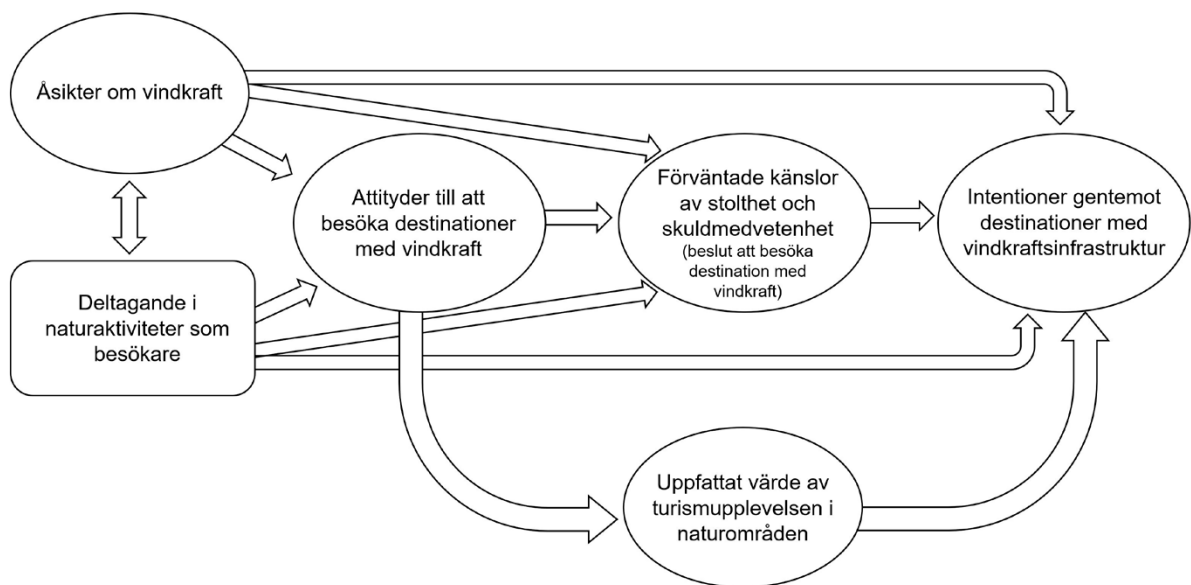
Turister upplever en rad olika emotionella och epistemiska fördelar när de besöker naturområden (Williams och Soutar, 2009). Genom forskning om turismupplevelsen i naturområden har det slagits fast att de viktigaste fördelarna som aktiviteter i naturen ger typiskt sett omfattar avkoppling, anknytning till naturen och uppskattning av naturens skönhet, upplevelse av lugn, flykt från vardagsrutiner och möjlighet att kunna motionera (t.ex. Pan och Ryan, 2007; Skår m.fl., 2008; Chekalina, 2018). I studier har det även lyfts fram hur viktigt det är med spirituellt atmosfär, etik och hållbarhet för turister som deltar i utomhusaktiviteter (Holbrook, 1999; 2006; Heintzman, 2009; Hanna m.fl., 2019).

Studier har konsekvent visat att det finns ett samband mellan det uppfattade värdet av en turismupplevelse och turistens beteendeintentioner att besöka och rekommendera en destination. Detta gör konsumentvärdet till ett ytterst viktigt fokusområde inom turismforskning, särskilt när det gäller etik- och hållbarhetsdimensioner av turismupplevelsen (Gallarza m.fl., 2017; Gallarza och Saura, 2020). Att förstå vilka konsekvenser som trender i fråga om miljömedvetenhet har för kundvärdet är avgörande inom konsumentbeteendeforskning eftersom samhället går mot en hållbar konsumtion (Zeithaml m.fl., 2020, Gallarza och Saura, 2020). I och med att allmänheten blir alltmer medveten om miljöfrågor ser vi det som nödvändigt att beakta olika aspekter av kundvärdet i vårt konceptuella ramverk.

I kapitel 2 identifierade vi turisternas miljövänliga attityder och medvetenhet om hållbarhetsfrågor som avgörande faktorer för att förklara turisternas respons på vindkraftverk i natur- och rekreationslandskap. Vi bekräftade dessa resultat ytterligare med vår kvalitativa forskning (kapitel 3). Med vår kvalitativa forskning såg vi att turister som stöter på vindkraftsinfrastruktur i natur- och rekreationslandskap associerar upplevelsen av att se sådan infrastruktur med behovet av grön energi och möjligheten till en hållbar framtid. Dessa positiva reaktioner kan dock ställas mot de lokala farhågorna om att vindkraftsinfrastrukturen kan inverka negativt på miljö och samhälle.

I både litteraturen och vår kvalitativa studie identifierade vi en rad olika åsikter mot vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Dessa varierande åsikter om vindkraft och vindkraftsinfrastruktur gäller främst hållbarhetsfrågor (inklusive en omställning till förnybar energi och kampen mot klimatförändringar) och ger kontext för att förstå turisternas respons när det gäller destinationer där vindkraftsinfrastruktur är synlig i naturområden. Litteraturen och vår kvalitativa studie visar också att turisternas deltagande i utomhusaktiviteter påverkar hur de reagerar på vindkraftsinfrastruktur.

Litteraturen och vår kvalitativa studie ligger till grund för vårt konceptuella ramverk som visas i figur 8. Detta konceptuella ramverk var vägledande för utvecklingen av enkäten. Det gjorde det möjligt för oss att sätta in det uppfattade värdet av turismupplevelsen i naturområden med vindkraftsinfrastruktur i en bredare kontext av hållbart turistbeteende. När enkäten skulle utvecklas var det därför viktigt att tillämpa teorier om miljövänligt och ansvarsfullt konsumentbeteende. Med tanke på detta baserade vi vårt tillvägagångssätt på den psykologiska teorin om planerat beteende (*theory of planned behaviour* – TPB) (Ajzen, 1985, 1991) som härrör från teorin om överlagt beteende (*theory of reasoned action* – TRA) (Ajzen och Fishbein, 1980). I resten av detta avsnitt beskriver vi de huvudsakliga teoretiska element som ingår i vårt konceptuella ramverk, inklusive beteendeintentioner, attityder till miljövänlig konsumtion och förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet kopplade till beslutet att agera miljövänligt eller ej.



Figur 8. Konceptuellt ramverk.

Beteendeintentioner. Forskare använder TPB-modellen för att identifiera faktorer som förutsäger beteendeintentioner, såsom attityder till konsumtion som har kapacitet att omvandlas till faktiskt beteende. För att förbättra modellens prediktiva förmåga kan forskare lägga till begrepp eller till och med integrera TPB-modellen i andra modeller, t.ex. normaktiveringsteorin (*norm activation theory* – NAM) (Schwartz, 1977), för att förklara miljövänligt beteende (Onwezen m.fl., 2013). Generellt sett omfattar miljövänliga beteendeintentioner följande:

- Använda miljövänliga produkter (Onwezen m.fl., 2013).
- Handla gröna eller ekologiska produkter (Yadav och Pathak, 2017; Teng och Wang, 2014).
- Köpa hållbart producerade kläder (Rausch och Kopplin, 2021).
- Använda kollektivtrafik (Onwezen m.fl., 2013; Sumaedi m.fl., 2016).

Inom turism omfattar miljövänliga, ansvarsfulla och etiska beteendeintentioner följande:

- Delta i långsam turism (Meng och Choi, 2019).
- Delta i sista-chansen-turism (Woosnam m.fl., 2022).
- Vilja bo på ett grönt hotell och rekommendera det till andra (Wang m.fl., 2022).
- Handla lokala livsmedel (Brune m.fl., 2021).
- Vilja besöka en miljövänlig destination (Ashraf m.fl., 2020).
- Följa miljöskyddsriktlinjer i natursköna områden (Wang m.fl., 2019).
- Uppmuntra andra att delta i grön konsumtion (Liu m.fl., 2019; Tang m.fl., 2023).
- Delta i frivilligarbete (Liu m.fl., 2019).

I enlighet med Ashraf m.fl. (2020) och Wang m.fl. (2022), som ser viljan att välja en miljövänlig destination eller ett grönt hotell som exempel på miljövänlig konsumtion, identifierade vi viljan att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur som en manifestation av miljövänligt och ansvarsfullt turistbeteende. Turister kan dessutom uppvisa två typer av beteendeintentioner gentemot en destination: 1) intentionen att besöka eller återbesöka destinationen, och 2) intentionen att rekommendera andra att besöka destinationen (dvs. positiv ryktesspridning) (t.ex. Boo m.fl., 2009; Kladou och Kehagias, 2014; Garcia m.fl., 2012; Chekalina m.fl., 2018). Sådana intentioner anger graden av anknytning till en destination och dess varumärke. Intentionerna är ett resultat av turistens bedömning av fördelarna med att besöka destinationen och de upppoffringar som behöver göras i samband med detta (Chekalina, 2022). Som en del av beteendeintentionerna övervägde vi därför också viljan att rekommendera andra (dvs. släkt och vänner) att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur som en aspekt av miljövänligt och ansvarsfullt turistbeteende.

Attityder. I TPB-modellen är beteendeattityd en faktor som förutsäger beteendeintention. Både inom turismbeteende och inom allmänt konsumentbeteende avser attityd graden av positiv eller negativ inställning till ett specifikt miljövänligt eller samhällsvänligt beteende. Forskningen har upprepade gånger bekräftat att det finns ett positivt samband mellan attityden till miljövänligt beteende och avsikten att uppträda på ett ansvarsfullt sätt med tanke på miljön (dvs. Yadav och Pathak, 2017; Liu m.fl., 2019; Woosnam m.fl., 2022).

Förväntade känslor. Förväntan om att uppleva känslor av stolthet och skuldmedvetenhet har stor påverkan på intentionerna att uppträda miljövänligt (Onwezen m.fl., 2013). Beteendeattityden har framför allt stark påverkan på beteendeintentionen när den förmedlas genom positiva känslor av förväntad stolthet från att delta i miljövänlig konsumtion (Onwezen m.fl., 2013). Senare studier ger ytterligare belegg för att förväntade känslor spelar en direkt eller indirekt roll för att påverka beteendeintentioner i riktning mot miljövänlig, samhällsvänlig och etisk konsumtion. Både förväntad stolthet och skuldmedvetenhet är exempelvis viktiga faktorer för att förutsäga turisternas hänsynsfulla agerande (Qiu m.fl., 2022), intentioner att minska matavfall (Alsuwaidi m.fl., 2022) och intentioner att uppträda miljövänligt (Shipley m.fl., 2023). Genom sin studie av turister på platser med kulturarvsturism bekräftade Zhu m.fl. (2022) att en förväntad positiv känsla av stolthet påverkade det prosociala resebeteendet i positiv riktning. Omvänt ger deras studie inte stöd för att en förväntad negativ känsla av skuldmedvetenhet skulle inverka på det prosociala resebeteendet. Wattanacharoensil m.fl. (2022) stöder att förväntade negativa känslor av skuldmedvetenhet skulle spela in när det gäller att påverka turisternas intentioner att bete sig etiskt mot djur under sina resor.

Efter att ha gjort en översikt över enkäten och datainsamlingen tillämpar vi det konceptuella ramverket för att analysera våra kvantitativa resultat. Vi diskuterar hur varje element i det konceptuella ramverket har mätts separat i de avsnitt där elementet presenteras för första gången. Dessutom använde vi enkäten för att undersöka vindkraftsanläggningar som attraktioner för grön turism. Dessa resultat presenteras i slutet av kapitlet.

4.2 Enkätens utformning

Som en kort allmän översikt omfattar enkäten följande delar:

- **Profil för utomhusturism** (se 4.4.4): I denna del presenteras enkäten och respondenterna får hjälp att tänka på relevanta aspekter av sin erfarenhet av friluftsliv. Här finns bland annat frågor som rör kännedom om utomhusaktiviteter, deltagande i utomhusaktiviteter och erfarenhet av att vandra i naturen med eller utan övernattningar, önskad längd på vandringsresor, önskat sällskap, transportpreferenser och boendialternativ. Baserat på dessa svar skapar vi en grupperingsvariabel, som vi använder i den fortsatta analysen.
- **Allmänna uppfattningar, värderingar och synsätt i fråga om hållbarhet:** I denna del ombeds respondenterna att tänka på sina personliga uppfattningar, värderingar och synsätt i fråga om hållbarhet. Här finns påståenden som rör ens medvetenhet om miljöhotens negativa konsekvenser för andra, uppfattat ansvar och förmåga att förbättra situationen, personliga normer som lyfter fram moraliskt ansvar. Dessa påståenden mäts med en Likertska från 1 till 7 (från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet).
- **En kort film med foton, text och ljudberättande:** Innan respondenterna svarade på frågor om vindkraftsinfrastruktur och hur den påverkar deras turismupplevelse fick de se en kort film. Detta förstärker enkätens validitet och relevans för kontexten i form av en turismupplevelse i naturområden med vindkraftsinfrastruktur eftersom det säkerställer att respondenterna har upplevt det scenario som studeras innan de utvärderar påståenden om det. Vi behandlar begränsningarna med




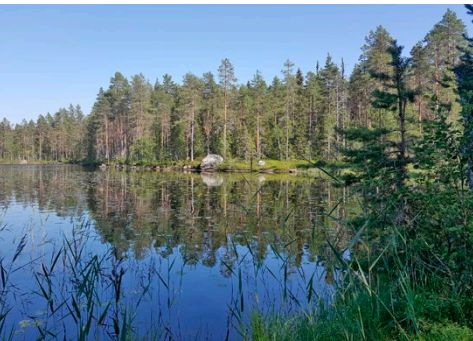
detta tillvägagångssätt i de avslutande avsnitten. I filmen får respondenterna se en berättelse om ett besök med två övernattningar i ett naturområde utanför deras vanliga miljö där de stöter på vindkraftverk på olika avstånd. Filmen är utformad på basis av projektets kvalitativa fas (dvs. observationer och intervjuer med besökare, interaktion med intressenter, analys av visuellt innehåll med vindkraftverk på sociala medier). I tabell 4 presenteras de foton och texter som används för att beskriva den turismupplevelse som visas i den korta filmen. Vandringsupplevelsen i filmen är inte kopplad till en specifik destination. Upplevelsen omfattar emellertid typiska särdrag för en vandringsresa i Sverige.

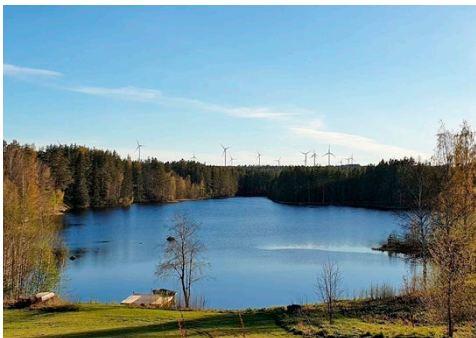
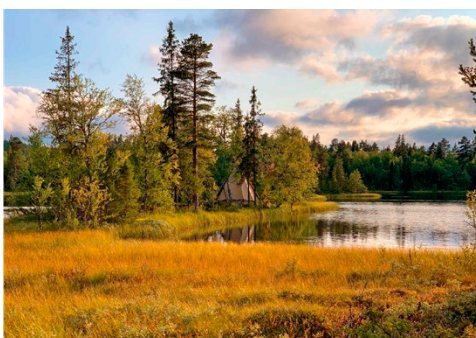

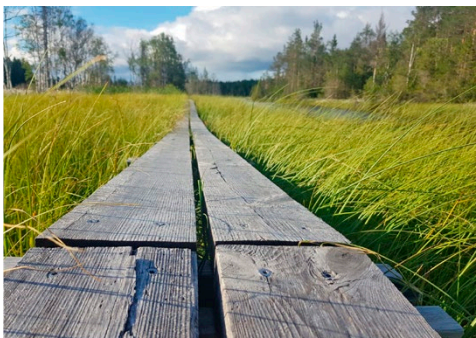
- **Uppfattat värde av besöket** (se 4.4.6): Denna del används för att samla in data för att testa vindkraftsinfrastrukturens påverkan på turismupplevelsen i naturområden. Detta omfattar påståenden för att bedöma olika aspekter av det emotionella, epistemiska och spirituella värdet av den vandringsupplevelse som åskådliggörs i den korta filmen. Mätningen av det uppfattade värdet av besöket utökas till att omfatta det uppfattade hållbarhetsvärdet i enlighet med tidigare litteratur om altruistiskt och etiskt värde. Dessa påståenden mäts med en Likertskala från 1 till 7 (från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet).
- **Förtroende för destinationens hållbarhet:** I denna del ombeds respondenterna att utvärdera sitt förtroende för budskap och åtgärder från destinationer som erbjuder utomhusaktiviteter i Sverige. Förtroende mäts med hjälp av olika påståenden som mäts med en Likertskala från 1 till 7 (från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet).
- **Åsikter om vindkraft** (se 4.4.2): Den här delen innehåller 28 påståenden som baseras på resultaten från projektets kvalitativa fas och mäts med en Likertskala från 1 till 7 (från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet). Vi använder den här delen för att förstå åsikterna om vindkraft bland potentiella turister i naturområden. Vi använder också dessa data för att skapa en grupperingsvariabel i syfte att skilja mellan respondenter med mer positiva åsikter och respondenter med mer negativa åsikter om vindkraft och denna variabel använder vi för dataanalys i den fortsatta rapporten.
- **Hur vindkraftsinfrastrukturens placering påverkar turismupplevelsen i naturområden** (se 4.4.1, 4.4.3, 4.4.4 och 4.4.5): Vi använder denna del av enkäten främst i syfte att samla in data för att testa vindkraftsinfrastrukturens påverkan på det uppfattade värdet av turismupplevelsen i naturområden. Denna del innehåller påståenden för att utvärdera attityden till att stöta på vindkraftverk under en naturupplevelse, förväntad skuldmedvetenhet och förväntad stolthet över att avstå från att besöka eller besluta att besöka ett område där det finns vindkraftsinfrastruktur, beteendeintentioner gentemot destinationer där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden samt attityder och intentioner när det gäller att besöka en vindkraftsanläggning. Dessa påståenden mäts med en Likertskala från 1 till 7 (från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet).
- **Sociodemografisk profil** (se 4.2): Denna del innehåller allmänna frågor om vilket år respondenterna är födda, vilket kön de har och var de bor. Detta finns med för att ge en allmän profil av dem som deltog i studien.





Både enkätfrågorna och texten i den korta filmen skrevs först på engelska och översattes sedan till svenska. Översättningarna gjordes av personer med svenska som modersmål och med erfarenhet av naturbaserad turism och friluftsliv, destinationsutveckling och miljövänlig turism. Flera experter från vindkraftssektorn understödde arbetet med att ta fram texten och hjälpte till att välja de foton som var med i den korta filmen.

Tabell 4. Innehåll och struktur för den korta film som ingick i enkäten och som skulle illustrera en vandringsresa i områden där det finns vindkraftsinfrastruktur

Text	Foton
<p>Du har bestämt dig för att tillbringa några dagar i ett naturområde utanför din vanliga omgivning (minst 100 km bort från hemmet).</p> <p>Du reser dit antingen själv eller tillsammans med vänner eller familjemedlemmar. Vad du föredrar!</p> <p>Du är borta i två nätter och vandrar ute i naturen under två dagar.</p>	 <p data-bbox="775 1010 951 1032">Foto: Anke Peters</p>
<p>Du åker först till resmålet och bor en natt i en stuga som ligger i närheten av naturområdet där du vill vandra.</p>	 <p data-bbox="775 1417 1238 1462">Foto: https://www.freepik.com/premium-foto/cabin-with-turf-roof-norway_29810678.htm</p>
<p>Dagen efter äter du frukost och sedan tar du dig till starten av vandringsleden.</p>	 <p data-bbox="775 1865 1007 1888">Foto: Tatiana Chekalina</p>

Text	Foton
<p>På väg till starten av vandringsleden ser du, ibland, vindkraftverk i naturen. De ligger på kort avstånd från vägen. De är synliga från vägen när man reser mellan destinationens olika besöksmål.</p> <p><i>Kommentar: Fotot togs under projektets kvalitativa fas.</i></p>	 <p>Foto: Solène Prince</p>
<p>Nu är du på plats! Du tar på dig ryggsäcken och börjar vandra.</p>	 <p>Foto: Wieland Schwarz</p>
<p>Mitt på dagen, runt lunchtid, stannar du och äter maten du har tagit med dig.</p>	 <p>Foto: https://www.freepik.com/free-Foto/cup-with-coffee-extinguish-fire_5635063.htm</p>
<p>Efter lunchen fortsätter du att vandra och njuter av den vackra utsikten.</p>	 <p>Foto: Solène Prince</p>

Text	Foton
<p>Någon gång under vandringen ser du vindkraftverk på längre avstånd i naturen (ca 3–10 km). De är synliga i landskapet från vandringsleden men kan ändå upplevas som små.</p> <p><i>Kommentar: Fotot kommer från avdelningen för hållbar utveckling vid Länsstyrelsen Dalarnas län.</i></p>	 <p data-bbox="775 656 1026 678">Foto: Benedict Alexander</p>
<p>Kvällen närmar sig. Du hittar den perfekta campingplatsen vid vattnet och slår upp tältet.</p>	 <p data-bbox="775 1048 1002 1070">Foto: Wieland Schwarz</p>
<p>Dags att göra upp en eld och fixa middag. Sedan är det läggdags.</p>	 <p data-bbox="775 1451 951 1473">Foto: Anke Peters</p>
<p>Nästa dag äter du frukost. Efter att ha packat ihop dina saker fortsätter du med vandringsturen.</p>	 <p data-bbox="775 1854 951 1877">Foto: Anke Peters</p>

Text	Foton
<p>Du kommer till en plats där vindkraftverk syns på kort avstånd och ligger mindre än 3 km bort. När man befinner sig i naturområdet som du besöker är vindkraftverken tydligt synliga.</p> <p><i>Kommentar: Fotot togs under projektets kvalitativa fas.</i></p>	 <p>Foto: Solène Prince</p>
<p>Under vandringen finns möjligheten att vandra på leder som visar upp vindkraftverk. Här kan du lära dig mer om förnybar energi.</p> <p><i>Kommentar: Fotot togs under projektets kvalitativa fas.</i></p>	 <p>Foto: Anke Peters</p>
<p>Det finns skyltar med information om vindkraftsparken och om förnybar energi. Det står även att vindkraftsparken varje år bidrar med bygdepeng för skötsel och underhåll av stigar och leder i området. Föreningar som är aktiva i området kan också ansöka om bidrag från vindkraftsparkens bygdepeng för att stödja sin verksamhet.</p> <p><i>Kommentar: Fotot kommer från avdelningen för hållbar utveckling vid Länsstyrelsen Dalarnas län.</i></p>	 <p>Foto: Kajsa Kilström</p>
<p>Du fortsätter att vandra och njuter av den vackra utsikten över naturlandskapet.</p>	 <p>Foto: Wieland Schwarz</p>

Text	Foton
<p>Du upptäcker vindkraftverk på långt avstånd i landskapet. Dessa vindkraftverk är ungefär 35 km bort. De är synliga i horisonten, men kan vara svåra att urskilja. De är bäst synliga vid mulen väderlek och nästan osynliga vid klarblå himmel. En molnig dag skulle de vara helt osynliga.</p> <p><i>Kommentar: Fotot togs under projektets kvalitativa fas.</i></p>	 <p>Foto: Anke Peters</p>
<p>Du ser naturens vackra färger runtomkring dig.</p>	 <p>Foto: Anke Peters</p>
<p>Du tar en paus för att äta lunch och sedan vandrar du tillbaka till startpunkten. Det är dags att åka hem.</p>	 <p>Foto: Anke Peters</p>
<p>Nu är du hemma igen efter din vandringstur.</p>	 <p>Foto: Pixabay</p>

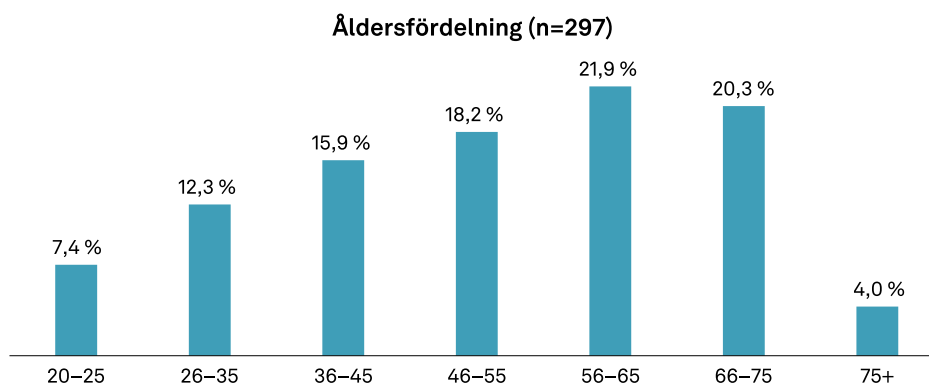
4.3 Datainsamling

För att testa enkäten (bedömningsverktyget) på en icke-specifierad destination använde vi en paneldatabas från enkätplattformen Netigate. Onlinepaneler används alltmer inom turismforskning. De gör det möjligt att dra ett urval av respondenter med en viss profil och är fördelaktiga sett till kostnad, hastighet och räckvidd. Om panelmedlemmarna själva gör urvalet medför det dock systematiskt fel (Callegaro m.fl., 2014).

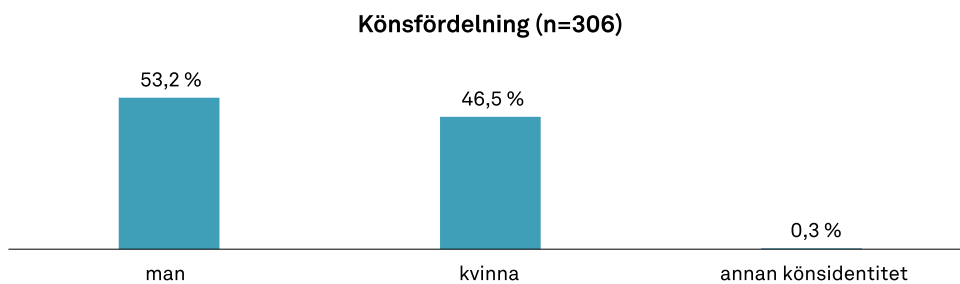
Vi riktade oss till svenska invånare som var minst 18 år och eftersträvade ett representativt urval av den svenska befolkningen. De enda som inkluderades i våra resultat var de respondenter som hade svarat ”ja” på profileringsfrågan: ”Har du vistats i naturområden med eller utan övernattnings i samband med en resa till ett resmål beläget utanför din vanliga omgivning under de senaste 5 åren?”

Av de 618 svenska deltagare i enkätpanelen som svarade på inbjudan var det 517 som svarade på screeningfrågan. Baserat på screeningfrågan var 378 paneldeltagare berättigade att fortsätta enkäten. Sammanlagt 309 paneldeltagare slutförde enkäten. Nio fall togs dock bort från analysen eftersom en kvalitetskontroll visade att de gav motsägelsefulla svar. Med ”respondenter” avser vi i vår rapport de personer som vi inkluderar i våra enkätresultat. På grund av bortfallet från enkäten varierar antalet respondenter för olika delar av enkäten. Sammanlagt har vi cirka 300 användbara svar för varje del av enkäten. Figur 9, 10 och 11 illustrerar den sociodemografiska profilen för de respondenter som slutförde enkäten.

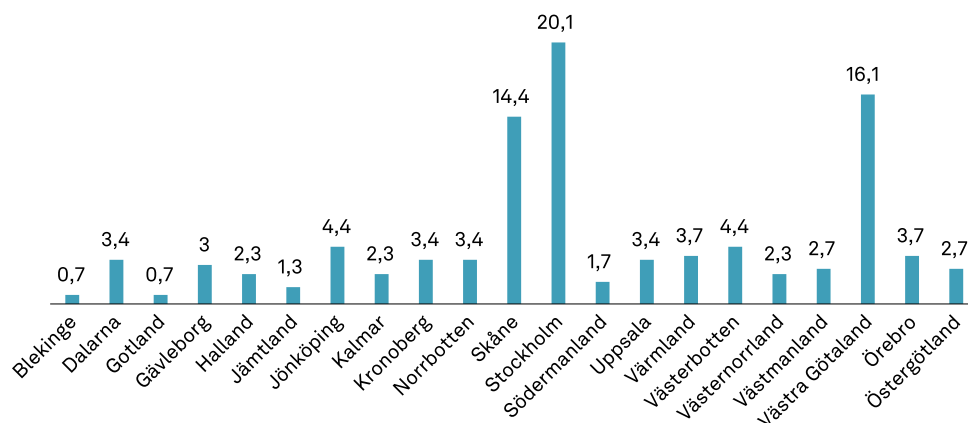
Eftersom vi använde en panel av respondenter och inte respondenter i en verklig destinationskontext, var presentationen av den korta filmen för våra respondenter avgörande för att säkerställa enkätens validitet. Genom att visa den korta filmen om en turismupplevelse av ett naturområde där det finns vindkraftsinfrastruktur säkerställs att respondenterna har upplevt det undersökta scenariot innan de bedömer påståenden om det. Den turismupplevelse som beskrivs i den korta filmen representerar inte en specifik destination. Detta gjorde enkäten mer generaliserbar eftersom vi strävade efter att testa bedömningsverktyget. Detta tillvägagångssätt har dock även sina begränsningar. Att den utvärderade destinationen är icke-specifik till sin karaktär innebär att resultaten vi presenterar inte beaktar diverse kontextuella faktorer som kan påverka en destinations attraktivitet. Dessa faktorer som vi inte går in på omfattar destinationens varumärke, turistinfrastruktur såsom attraktioner och boende, utbud av turistaktiviteter, kvalitet på vandringsleder, turistinformation, tillgänglighet samt platsanknytning och kundlojalitet.



Figur 9. Åldersfördelning för enkätrespondenter.



Figur 10. Könsfördelning för enkätresponderer.



Figur 11. Bostadsort för enkätresponderer (n = 298).

4.4 Enkätresultat och analys

I denna del presenterar vi analysen av enkätresultaten i sju delavsnitt som organiseras i enlighet med det konceptuella ramverket i 4.1. De är 1) intentioner gentemot destinationer med vindkraftsinfrastruktur, 2) åsikter om vindkraft, 3) attityder till att besöka destinationer med vindkraft, 4) utomhusaktiviteter, 5) känslor kopplade till beslutet att besöka en destination med vindkraft, 6) uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden, 7) vindkraftsanläggningar som turistattraktioner.

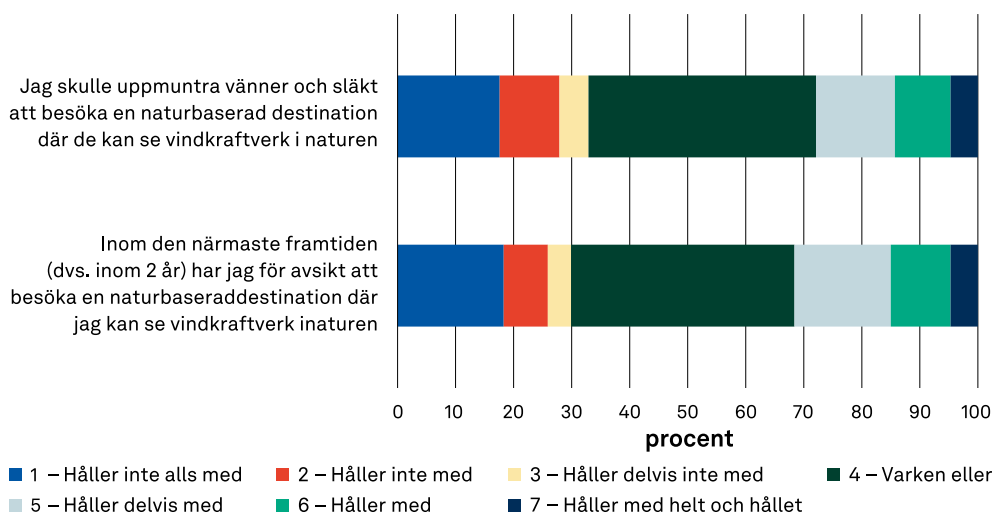
4.4.1 Intentioner gentemot destinationer med vindkraftsinfrastruktur

Vi använder enkäten för en icke-specifierad turismdestination, vilket innebär att vi inte beaktar respondenternas anknytning till en specifik destination och dess varumärke. Detta tillvägagångssätt innebär oundvikligen begränsningar eftersom varje plats har sin unika karaktär (se slutsatskapitlet för en vidare diskussion om begränsningarna). Det är dock en nödvändig kompromiss när enkäten för första gången testas med en respondentpanel. Detta tillvägagångssätt gör resultaten mer generaliserbara. Eftersom det här projektet syftar till att utveckla och testa ett bedömningsverktyg är det bäst att i det här läget inte gå in på vad som är specifikt för olika destinationer eller på de många olika utomhusaktiviteter som man kan ägna sig åt på olika destinationer. Detta innebär dock att enkäten kommer att behöva anpassas ytterligare till kontexten för en specifik destination när det tillämpas i praktiken.

Fokus för denna studie är utomhusaktiviteter som man kan ägna sig åt som en del av en turismupplevelse i naturområden, främst vandring. De beteendeintentioner vi vill utvärdera omfattar både intentioner att besöka och intentioner att rekommendera en icke-specifierad destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden (i enkäten har vi märkt upp denna icke-specifierade destination som ”naturbaserad destination”, vilket innebär att denna märkning bör ersättas med det faktiska namnet på den destination där enkäten tillämpas). I enkäten integrerade vi därför dessa båda påståenden om beteendeintentioner i anslutning till besök i ett naturområde där det finns vindkraftsinfrastruktur:

- Inom den närmaste framtiden (dvs., inom 2 år) har jag för avsikt att besöka en naturbaserad destination där jag kan se vindkraftverk i naturen
- Jag skulle uppmuntra vänner och släkt att besöka en naturbaserad destination där de kan se vindkraftverk i naturen

Som framgår av figur 12 håller 32 procent av respondenterna i varierande omfattning med¹ och 30 procent håller inte med² om påståendet om att det är sannolikt att de snart (dvs. inom två år) ska besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Av respondenterna håller 28 procent i varierande omfattning och 33 procent håller inte med om att de skulle uppmuntra andra att besöka sådana destinationer.



Figur 12. Beteendeintentioner gentemot destinationer med vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n = 301).

¹ För att göra det lättare att tolka resultaten aggregerar vi positiva svarsalternativ på Likertskalan från 1 till 7 (5 – håller delvis med, 6 – håller med och 7 – håller med helt och hållet) och hänvisar till dem som ”håller med” eller ”håller med i varierande omfattning”.

² För att göra det lättare att tolka resultaten aggregerar vi negativa svarsalternativ på Likertskalan från 1 till 7 (1 – håller inte alls med, 2 – håller inte med och 3 – håller delvis inte med) och hänvisar till dem som ”håller inte med” eller ”håller inte med i varierande omfattning”.

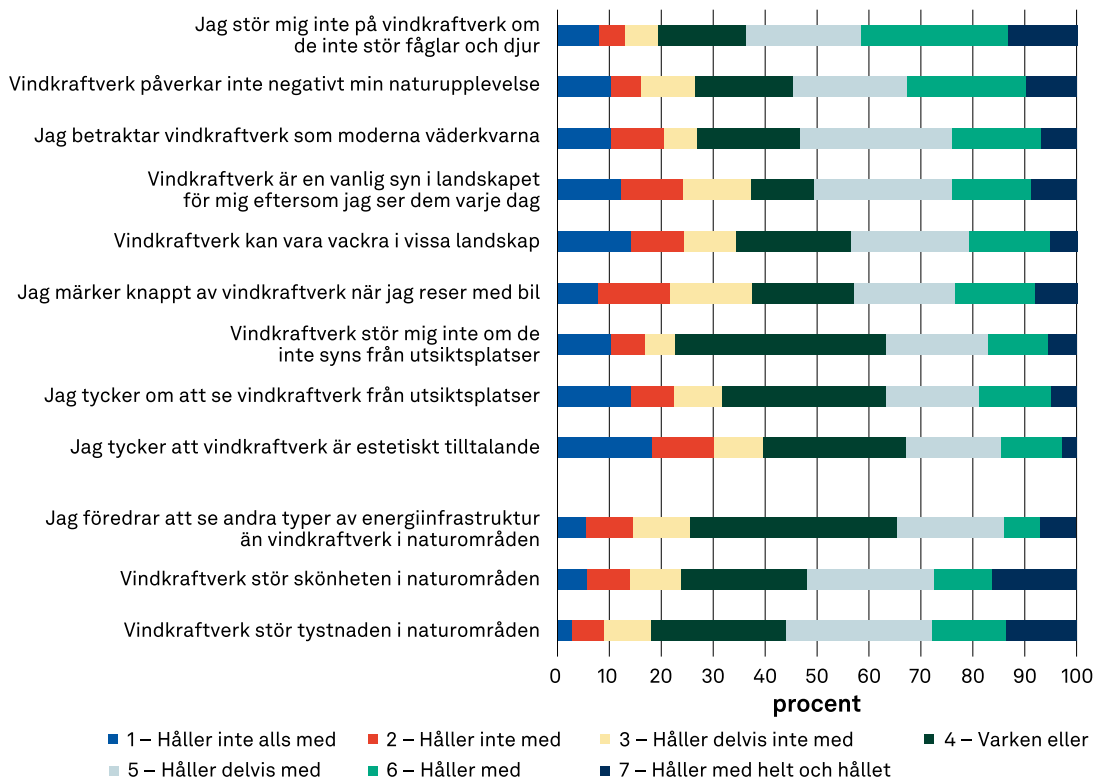
4.4.2 Åsikter om vindkraft

I detta avsnitt presenterar och tolkar vi enkätresultaten i fråga om åsikter om vindkraft, vindkraftsutveckling och förekomst av vindkraftsinfrastruktur i naturområden. I avsnitt 2.1 i litteraturöversikten finns en översikt över tidigare forskning om turisternas åsikter, uppfattningar och attityder vad gäller vindkraftsinfrastruktur i naturområden i förhållande till faktorer som visuell påverkan, estetisk dragningskraft, uppfattade störningar, miljöattityder, personliga värderingar och uppfattade fördelar. Denna litteratur var helt avgörande för att utarbeta frågor och påståenden om åsikter om vindkraft. Utöver den information som fanns i litteraturen genererade projektets kvalitativa datainsamling även information som var avgörande för att utforma enkätfrågor om turisternas åsikter om vindkraft. Fem teser utvecklades från de intervju-data som samlats in i början av projektet avseende turisternas upplevelsevärde av naturområden med vindkraftverk (dvs. avsnitt 3.1.2). Fyra av dessa teser integreras i enkäten i form av flera olika påståenden som utvärderas av enkättagarna. Dessa påståenden representerar andemeningen i turisternas åsikter om vindkraft och vindkraftsinfrastruktur i naturområden som vi inhämtade under vår kvalitativa forskning. Den femte tesen, som har härletts från intervjuer med turister som deltar i utomhusaktiviteter, användes inte för att generera sådana påståenden. Denna tes integreras i enkäten för att identifiera respondenter som är benägna att delta i aktiviteter som vandring och tältning när de besöker naturområden. Vi har delat in detta avsnitt i underavsnitt för att belysa de fyra teserna: 1) besökarupplevelse, 2) uppfattningar om hållbarhet, 3) åsikter om platsen och 4) åsikter som formas i en social kontext.

Därefter använder vi explorativ faktoranalys för att förstå den underliggande strukturen för åsikter om vindkraft bland potentiella turister i naturområden. Vi använder resultaten av faktoranalysen för att skapa en grupperingsvariabel i syfte att skilja mellan respondenter med mer och respondenter med mindre positiva åsikter om vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Med denna grupperingsvariabel kan vi analysera våra data för att identifiera samband mellan åsikter om vindkraft och andra viktiga faktorer som rör turistbesök på destinationer med vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

BESÖKARUPPLEVELSE

Från analysen av kvalitativa data identifierade vi habituering och neutralitet som viktiga teman som förklarar turismupplevelsen av vindkraftverk i naturområden. Vi formulerade sålunda en första tes: **”Vindkraftverk inverkar inte negativt på besökarnas upplevelse av naturområden och tillhörande landskap.”** För enkäten använde vi detta resultat för att formulera nio positivt inriktade påståenden och tre negativt inriktade påståenden om besökarupplevelsen i förhållande till förekomsten av vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Dessa nio påståenden och deras motsvarande svar illustreras i figur 13.



Figur 13. Turistens uppfattningar av vindkraftsinfrastruktur under besöksupplevelsen av naturlandskap.

När det gäller resultaten är det mer än hälften av respondenterna (56 procent, n = 309) som håller med och 18 procent som inte håller med om att vindkraftverk stör tystnaden i naturområden. Mer än hälften av respondenterna (52 procent, n = 309) håller också i varierande omfattning med om att vindkraftverk stör skönheten i naturområden. Av respondenterna är det 24 procent som inte håller med om påståendet om att vindkraftverk stör skönheten i naturområden. Det är emellertid 55 procent (n = 309) som i varierande omfattning håller med om påståendet "Vindkraftverk påverkar inte negativt min naturupplevelse". Av respondenterna är det 27 procent som inte håller med om påståendet om att vindkraftverk inte påverkar deras naturupplevelse negativt. Den höga andelen neutrala svar på påståendet "Vindkraftverk stör mig inte om de inte syns från utsiktsplatser" jämfört med påståendet om vindkraftverks påverkan på upplevelsen (37 procent håller med i varierande omfattning, 23 procent håller inte med och 40 procent är neutrala) kan eventuellt indikera att påståendet behöver formuleras om för att bli tydligare för respondenterna.

Resultaten visar att 64 procent av respondenterna (n = 309) i varierande omfattning håller med om påståendet ”Jag stör mig inte på vindkraftverk om de inte stör fåglar och djur”, medan 20 procent inte håller med om påståendet. Detta kan tolkas som att vindkraftverkens påverkan på fåglar och djur är något turister verkligen oroar sig för. För de respondenter som inte håller med betyder detta antingen att de inte tror att det är möjligt att bygga och driva vindkraftverk utan påverkan på fåglar och djur eller också att de har andra negativa farhågor inför vindkraftverk än bevarandet av fågel- och djurliv.

Det är 53 procent (n = 308) av respondenterna som i varierande omfattning håller med om påståendet ”Jag betraktar vindkraftverk som moderna väderkvarnar”, medan 27 procent inte håller med. Detta visar att ett betydande antal turister kan koppla utvecklingen av vindkraftsinfrastruktur i naturområden till industri-landskapets utveckling i landsbygdsområden.

När det gäller påståendet ”Vindkraftverk kan vara vackra i vissa landskap” svarade 44 procent av respondenterna att de håller med i varierande omfattning (n = 308) och 35 procent svarade att de inte håller med. För påståendet ”Jag tycker om att se vindkraftverk från utsiktsplatser” svarade 37 procent av respondenterna att de håller med i varierande omfattning (n = 309) och 32 procent svarade att de inte håller med. När det gäller påståendet ”Jag tycker att vindkraftverk är estetiskt tilltalande” svarade 33 procent av respondenterna att de håller med i varierande omfattning (n = 308) och 40 procent svarade att de inte håller med. Resultaten indikerar att respondenternas åsikter om huruvida vindkraftverken är estetiskt tilltalande är ytterst polariserad.

Ett återkommande tema, som framför allt togs upp av utländska besökare under den kvalitativa studien, var det vardagliga i att se vindkraftverk i naturområden eftersom de är vanliga på många håll. I enkäten införde vi därför påståendet ”Vindkraftverk är en vanlig syn i landskapet för mig eftersom jag ser dem varje dag”. För detta påstående håller 50 procent (n = 309) av respondenterna med i varierande omfattning och 37 procent håller inte med. Det är värt att notera att det bara var ytterst få neutrala svar på detta påstående om det vardagliga med vindkraftverk (12 procent). Det är fortfarande oklart i vilken utsträckning som dessa svar återspeglar vindkraftsinfrastrukturens generella vanlighet, effekten av den information om vindkraft som cirkulerar i medierna eller faktiska dagliga möten med vindkraftverk. Dessa resultat kan dock jämföras med svaren på ett mer specifikt påstående om det vardagliga i att se vindkraftverk i naturlandskap (”Jag märker knappt av vindkraftverk när jag reser med bil”) där 43 procent (n = 308) av respondenterna håller med i varierande omfattning, 20 procent är neutrala och 23 procent inte håller med.

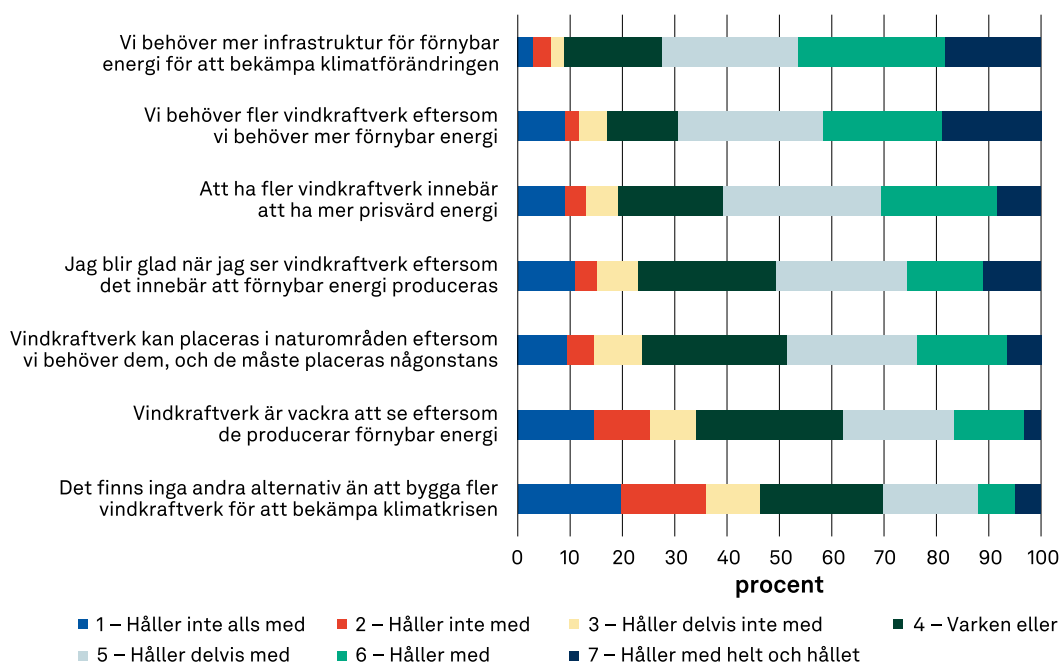
Slutligen var det en betydande andel av respondenterna (40 procent, n = 308) som var neutrala i sitt svar på påståendet ”Jag föredrar att se andra typer av energinfrastruktur än vindkraftverk i naturområden”. 34 procent av respondenterna håller i varierande omfattning med om detta påstående och 26 procent håller inte med. Vi tolkar detta som att den specifika typen av energinfrastruktur inte är särskilt relevant för turistupplevelsen av naturområden som påverkas av industriell utveckling.

UPPFATTNINGAR OM HÅLLBARHET

Den andra tesen som vi härledde från studiens kvalitativa resultat är att **”vindkraftverk kan uppskattas för sin betydelse för hållbarhet samt för energi-oberoende”**. Från denna tes formulerade vi sju positivt inriktade påståenden som skulle inkluderas i enkäten. (Figur 14).

En mycket hög andel av respondenterna (72 procent, n = 308) håller i varierande omfattning med om det allmänna påståendet ”Vi behöver mer infrastruktur för förnybar energi för att bekämpa klimatförändringen”. En mindre andel, endast 9 procent, höll inte med om detta påstående. När det gäller påståendet som specifikt handlar om att behöva mer vindkraftsinfrastruktur för att bekämpa klimatförändringen är andelen respondenter som håller med densamma som för det allmänna påståendet (69 procent, n = 309). Andelen respondenter som inte håller med om det specifika påståendet om att det behövs mer vindkraftsinfrastruktur är dock nästan dubbelt så hög (17 procent) som andelen respondenter som inte håller med om att det generellt sett behövs mer infrastruktur för förnybar energi. 46 procent av respondenterna, dvs. nästan hälften, håller inte med (från att de inte alls håller med till att de delvis håller med) om påståendet ”Det finns inga andra alternativ än att bygga fler vindkraftverk för att bekämpa klimatkrisen”.

Precis som vi föreslagit visar enkäten överlag att många turister ser vindkraftverk som möjligheten till en hållbar framtid. En betydande andel av respondenterna (61 procent, n = 308) anger att de uppskattar vindkraft som källa till prisvärd energi (dvs. ”Att ha fler vindkraftverk innebär att ha mer prisvärd energi”). Omkring hälften av respondenterna uttrycker positiva känslor gentemot vindenergi (dvs. ”Jag blir glad när jag ser vindkraftverk eftersom det innebär att förnybar energi produceras”, 51 procent; n = 309) och en acceptans för vindkraft i naturområden (dvs. ”Vindkraftverk kan placeras i naturområden eftersom vi behöver dem, och de måste placeras någonstans”; 48 procent, n = 308). Slutligen är det mer än en tredjedel av respondenterna (38 procent, n = 308) som håller med eller till viss del håller med om påståendet ”Vindkraftverk är vackra att se eftersom de producerar förnybar energi”.



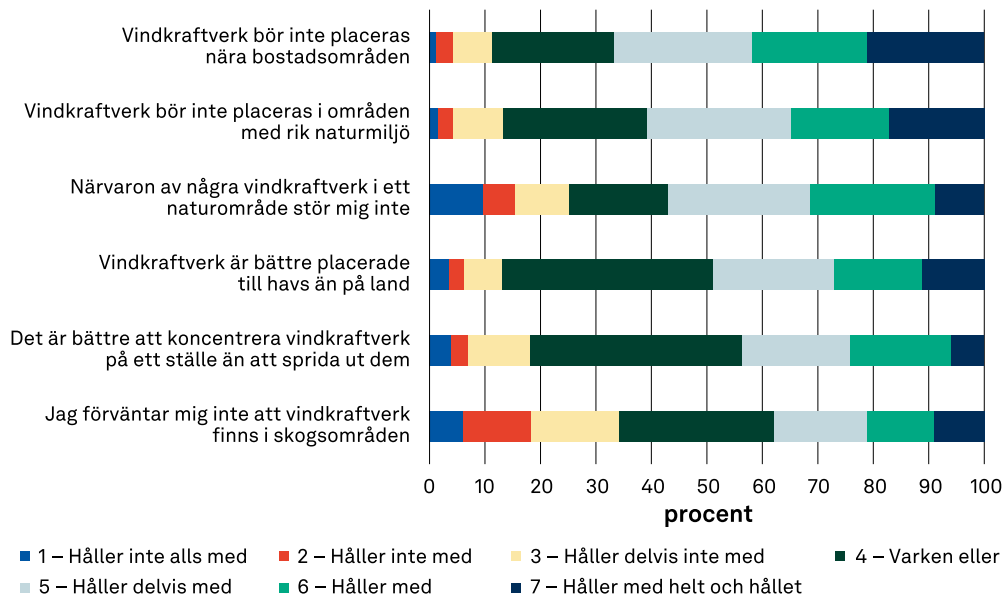
Figur 14. Turisters uppfattningar om hållbarhet när de ser vindkraftsinfrastruktur i naturlandskapet.

ÅSIKTER OM INFRASTRUKTUR

Den tredje tesen har härletts från vår kvalitativa forskning gällande åsikter om vindkraftverkens placering. Många turister gav uttryck för åsikter om detta, vilket fick oss att formulera följande övergripande påstående: **”I naturområden är det bäst med ett fåtal vindkraftverk som ligger långt från varandra.”** Figur 15 visar svaren på de sex påståenden som formulerats för att belysa denna tes.

I enlighet med påståendet tycker de flesta turister inte att vindkraftverk bör placeras nära bostäder eller vackra naturlandskap. Enkäten visar att många respondenter i varierande omfattning håller med om att vindkraftverk inte bör placeras nära bostadsområden (67 procent, n = 309) eller i områden med rik naturmiljö (61 procent, n = 309). En liknande andel av respondenterna (57 procent, n = 308) håller i varierande omfattning med om påståendet ”Närvaron av några vindkraftverk i ett naturområde stör mig inte”. Vi ser att 49 procent av respondenterna i varierande omfattning håller med om att det är bättre att placera vindkraftsinfrastruktur till havs än på land. Det är också 44 procent av respondenterna som i varierande omfattning håller med om att ”Det är bättre att koncentrera vindkraftverk på ett ställe än att sprida ut dem”. Anmärkningsvärt nog gav 38 procent av respondenterna neutrala svar på båda frågorna, vilket indikerar att över en tredjedel av respondenterna inte har någon klar åsikt om dessa påståenden.

Slutligen var åsikterna polariserade vad gäller påståendet ”Jag förväntar mig inte att vindkraftverk finns i skogsområden”, eftersom 38 procent håller med i varierande omfattning och 34 procent inte håller med i varierande omfattning om detta påstående. Detta skulle kunna innebära att över en tredjedel av respondenterna inte förväntar sig vindkraftverk i naturområden eftersom de inte ser det som den mest strategiska platsen att placera dem, men det skulle också kunna återspegla att de valde att besöka naturområden där de inte väntar sig att se vindkraftverk, även om det skulle kunna vara strategiskt att placera dem i vissa naturområden.



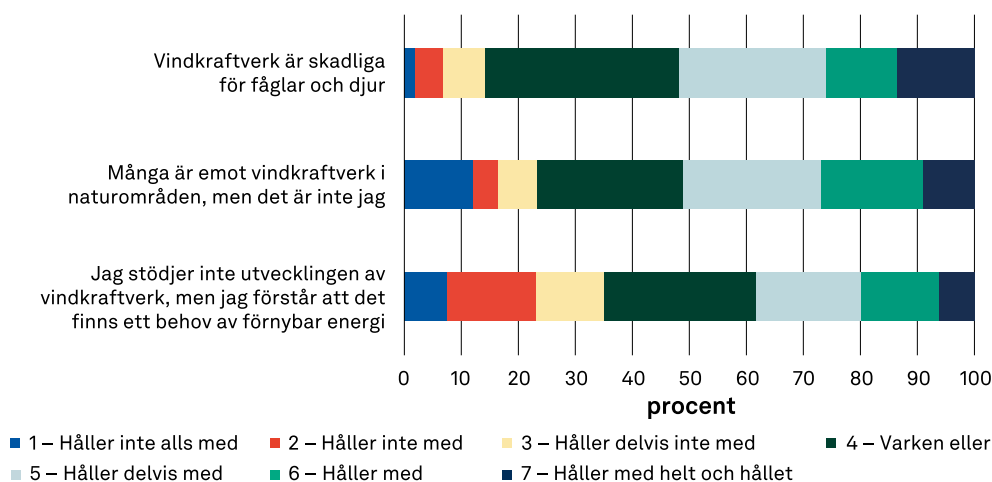
Figur 15. Turistens uppfattningar om var vindkraftsinfrastruktur bör vara i naturlandskapet.

ÅSIKTER SOM FORMAS I EN SOCIAL KONTEXT

Den fjärde tesen gäller i vad mån turister förlitar sig på information som de får genom social interaktion för att bilda sina åsikter om vindkraftsinfrastruktur och vindkraftsutveckling. När vi talade om vindkraft under intervjuerna på plats tenderade turisterna att framföra sina åsikter och sedan ställa dem mot vad de bedömde vara den allmänna åsikten. Vi formulerade därför följande tes: **”Turister förlitar sig på kunskap förvärvad genom social interaktion och konvention när det gäller att bedöma hur vindkraftverken påverkar naturområden”**.

Figur 16 visar svaren på de tre påståendena (dvs. ett negativt, ett positivt och ett neutralt) som formulerats för att belysa denna tes i enkäten.

För det första formulerade vi påståendet ”Många är emot vindkraftverk i naturområden, men det är inte jag”. När det gäller detta påstående håller omkring hälften av respondenterna med i varierande omfattning. Dessa positiva svar bekräftar resultaten från den kvalitativa studien. Andelen respondenter som inte håller med om detta påstående är också ganska hög (23 procent, n = 309). Detta skulle kunna indikera att respondenterna antingen inte håller med om att andra människor är emot utveckling av vindkraftsinfrastruktur eller också att de själva inte är emot utveckling av vindkraftsinfrastruktur i naturområden.



Figur 16. Turistens uppfattningar om vindkraftsinfrastruktur i naturlandskapet formade i den sociala kontext.

Det är dock 38 procent (n = 308) av respondenterna som i varierande omfattning håller med om påståendet ”Jag stödjer inte utvecklingen av vindkraftverk, men jag förstår att det finns ett behov av förnybar energi”. 35 procent av respondenterna håller inte med om detta påstående och 27 procent svarade neutralt.

Något annat som återkom under den kvalitativa studien var att turister pratar om det som de anser vara vindkraftverkens miljöpåverkan på ekosystemen. Det var uppenbart att det förekommer en hel del information och felaktig information om vindkraftsutveckling. Turister använder denna information för att bilda sina åsikter om vindkraftverk. Vi testar turisternas förtroende för denna komplexa fråga med påståendet ”Vindkraftverk är skadliga för fåglar och djur”. Totalt sett håller 52 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att vindkraftverk är skadliga för fåglar och djur, medan 34 procent ger ett neutralt svar och 14 procent inte håller med.

Explorativ faktoranalys

Vi använder explorativ faktoranalys för att undersöka den underliggande strukturen för åsikter om vindkraft bland potentiella turister i naturområden.³ Faktoranalysen utfördes med IBM SPSS Statistics 29 och genererade en trefaktorslösning⁴. Den första

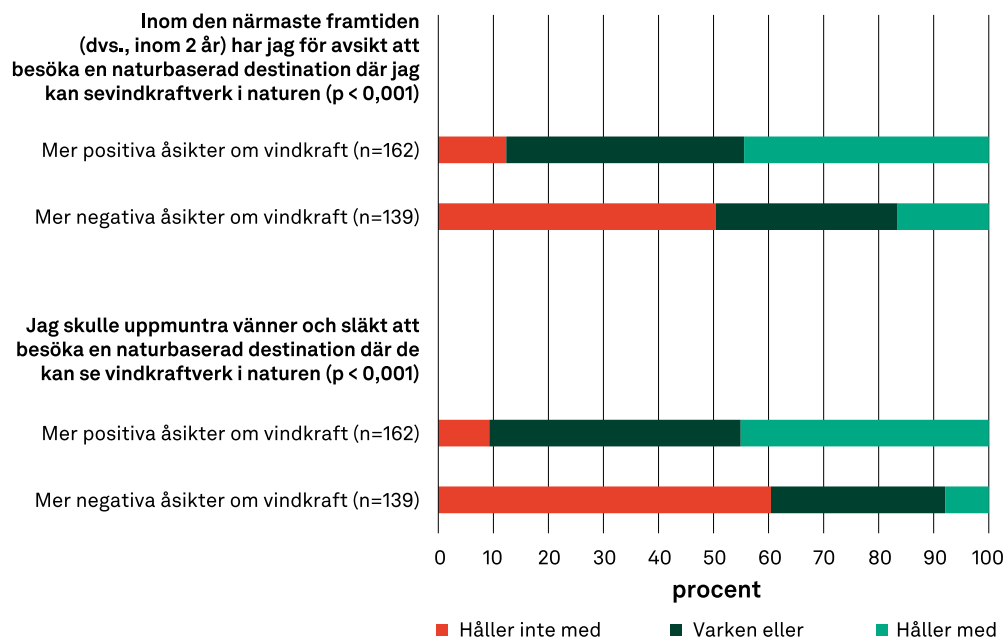
³ Extraktionsmetod: principal axis factoring. Rotationsmetod: oblimin. Av de 28 påståenden som beskrivits ovan exkluderades fyra påståenden från analysen. Dessa omfattar tre påståenden som exkluderades för att de var neutralt inriktade (dvs. ”Vindkraftverk är bättre placerade till havs än på land”, ”Det är bättre att koncentrera vindkraftverk på ett ställe än att sprida ut dem”, ”Jag stödjer inte utvecklingen av vindkraftverk, men jag förstår att det finns ett behov av förnybar energi”). Som diskuterades i föregående avsnitt finns det också en möjlighet att det positivt inriktade påståendet ”Vindkraftverk stör mig inte om de inte syns från utsiktsplatser” kan ha missförstått av respondenterna. Därför uteslöts det också från faktoranalysen. Utöver detta avlägsnades fem påståenden från analysen till följd av låga kommunalitetensvärden under tröskelvärde på 0,4 (dvs. ”Vindkraftverk är en vanlig syn i landskapet för mig eftersom jag ser dem varje dag”, ”Jag föredrar att se andra typer av energinfrastruktur än vindkraftverk i naturområden”, ”Vi behöver mer infrastruktur för förnybar energi för att bekämpa klimatförändringen”, ”Det finns inga andra alternativ än att bygga fler vindkraftverk för att bekämpa klimatkrisen” och ”Vindkraftverk bör inte placeras nära bostadsområden”).

⁴ Kommunaliteterna för de återstående 19 påståendena ligger mellan 0,398 och 0,806. Deras faktorladdningar ligger mellan 0,493 och 0,931. Den genererade trefaktorslösningen förklarar 65 procent av den totala variansen. Den totala signifikansen i korrelationsmatrisen var 0,000 med Bartlett Test of Sphericity-värde på 4759,602. Det totala KMO-måttet (Kaiser-Meyer-Olkin) avseende urvalets lämplighet var 0,953, vilket är väl över rekommenderade tröskelvärden. Faktoranalysen bedöms därför vara ändamålsenlig och kan utföras.

faktorn omfattar nio påståenden som rör acceptansen av vindkraft, både som ett inslag i naturlandskapet och som källa till förnybar och prisvärd energi. Den andra faktorn omfattar fem påståenden som gäller vindkraftens negativa påverkan på naturmiljön, t.ex. dess negativa påverkan på landskap, tystnad, fåglar och djur och det olämpliga i att placera vindkraftsinfrastruktur i områden med rik naturmiljö. Den tredje faktorn omfattar fem påståenden om vindkraftsinfrastrukturens estetiska dragningskraft.

Resultaten från den explorativa faktoranalysen syftade till att gruppera respondenterna utifrån deras åsikter om vindkraft. Vi skapade vad som kallas en grupperingsvariabel bestående av två grupper av respondenter: en grupp med respondenter som är positiva till vindkraft och en grupp som är negativ till vindkraft. För att göra detta beräknades först de summerade poängen separat för var och en av de tre faktorerna, närmare bestämt 1) acceptans av vindkraft, 2) negativ påverkan och 3) estetisk dragningskraft. För det andra omvandlades varje variabel med summerade poäng till en binär variabel som angav om det var mer positiva eller mer negativa åsikter om vindkraft. Slutligen användes de tre binära variablerna för att ta fram en sammansatt summerad poäng och en sammansatt grupperingsvariabel, där man skilde mellan mer positiva ($n = 162$) och mer negativa ($n = 139$) åsikter om vindkraft hos dessa potentiella turister.

Ett Chi²-test utfördes för att undersöka sambandet mellan grupperingsvariabeln och de båda variablerna för beteendeintention, att återbesöka destinationen och rekommendera den. I figur 17 visar vi vår jämförelse av de båda grupperna i förhållande till deras svar när det gäller intentioner att besöka respektive rekommendera en icke-specifierad destination med vindkraftverk i naturområden ($n = 303$). Sambandet var signifikant ($p < 0,001$) för båda variablerna.



Figur 17. Sambandet mellan åsikter om vindkraft och beteendeintentioner ($n = 303$).

I gruppen som är mer positiv till vindkraft visar 45 procent av respondenterna en vilja att i varierande omfattning (från håller delvis med till håller med helt och hållet⁵) besöka en destination med vindkraftsinfrastruktur i naturområden (inom två år) och 44 procent av dessa respondenter är villiga att rekommendera denna typ av destination till släkt och vänner. I gruppen som är mindre positiv till vindkraft är endast 8 procent av respondenterna villiga att besöka en naturbaserad destination med vindkraftsinfrastruktur och endast 16,5 procent av respondenterna skulle rekommendera en sådan destination till släkt och vänner.

4.4.3 Attityder till att besöka destinationer med vindkraft

För att testa enkäten som vi utvecklat mäter vi attityden till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden genom att omvandla de många olika semantiska differential-skalar som har föreslagits av Ajzen (1991) (med påståenden som dåligt/bra, trevligt/otrevligt osv.) till en uppsättning med nio påståenden. I vår enkät inleddes varje påstående med en standardinledning gällande attityden till besöket och avslutades med en specifik attitudinell aspekt. Det såg ut så här:

- Att besöka destinationer där man kan se vindkraftverk i naturen ...
 - ... skulle vara njutbart
 - ... skulle vara trevligt
 - ... skulle vara fascinerande
 - ... skulle vara roligt
 - ... skulle vara avkopplande
 - ... skulle vara obekvämt
 - ... skulle vara läskigt
 - ... skulle vara otrevligt
 - ... skulle vara störande.

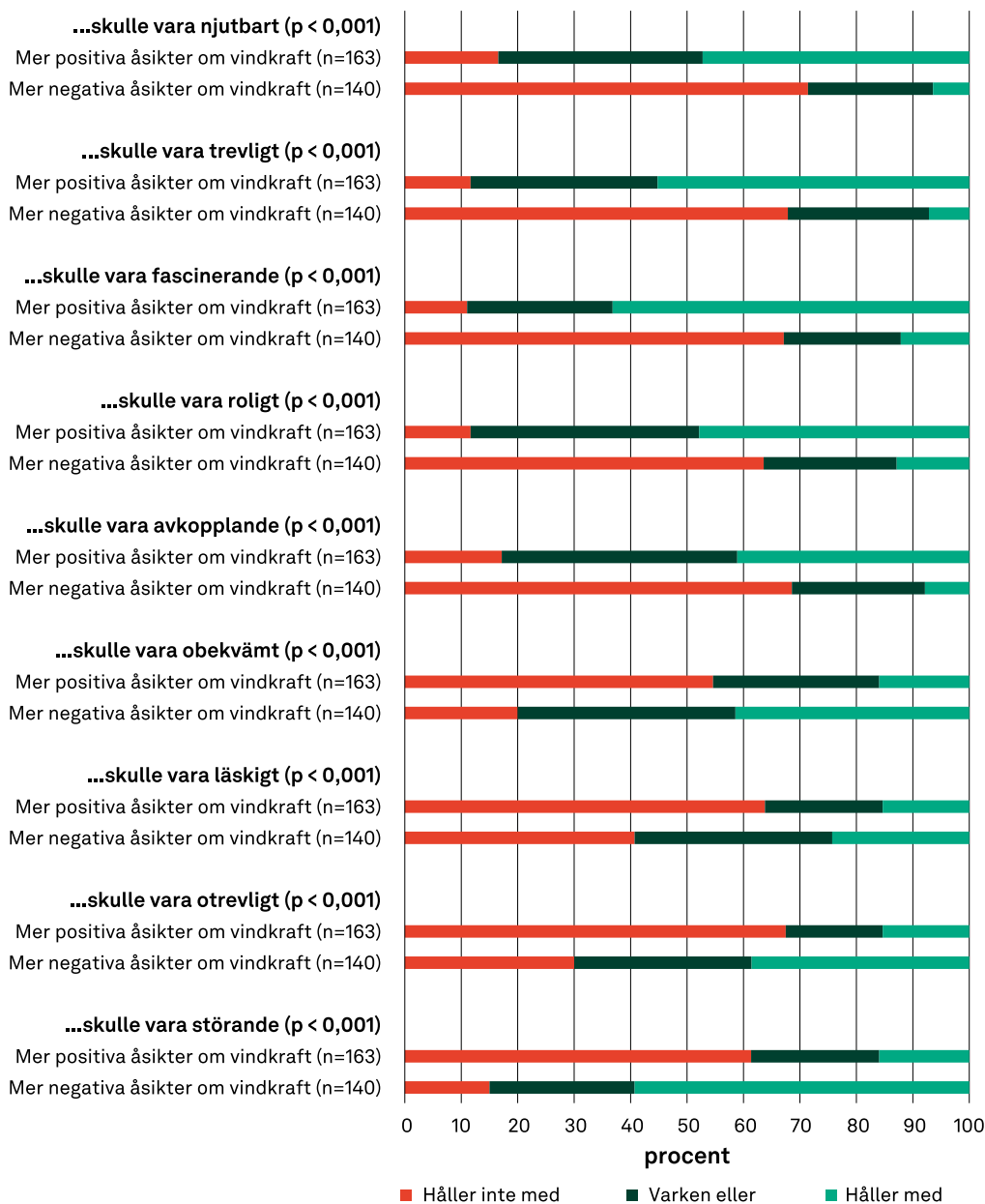
I figur 18 jämför vi attityden till att stöta på vindkraftsinfrastruktur när man besöker naturområden hos respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft respektive hos respondenter med mer negativa åsikter om vindkraft. Ett Chi²-test utfördes för att undersöka sambandet mellan grupperingsvariabeln och de nio attitydvariablerna. Sambandet var signifikant ($p < 0,001$) för samtliga variabler.

Det är värt att notera att i gruppen som är mer positiv till vindkraft håller 63 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att det kan vara ”fascinerande” att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur. I gruppen som är mindre positiv till vindkraft skulle endast 12 procent av respondenterna tycka att det kunde vara fascinerande att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur. I gruppen som är negativ till vindkraft håller i stället 60 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att det skulle vara

⁵ Innan vi använder ett Chi²-test för att testa sambanden mellan de båda kategoriska variablerna omvandlar vi de påståenden som mäts med en Likertskala från 1 till 7 (från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet) till nya variabler med tre kategorier. I de nybildade kategorivariablerna är kategorin ”håller inte med” en aggregering av alternativen ”1 – håller inte alls med”, ”2 – håller inte med” och ”3 – håller delvis inte med” och kategorin ”håller med” är en aggregering av svarsalternativen ”5 – håller delvis med”, ”6 – håller med” och ”7 – håller med helt och hållet”.

”störande” att besöka sådana destinationer. Endast 16 procent av respondenterna i gruppen som är mer positiv till vindkraft svarade att de skulle tycka att besöket var störande.

Att besöka destinationer där man kan se vindkraftverk i naturen...

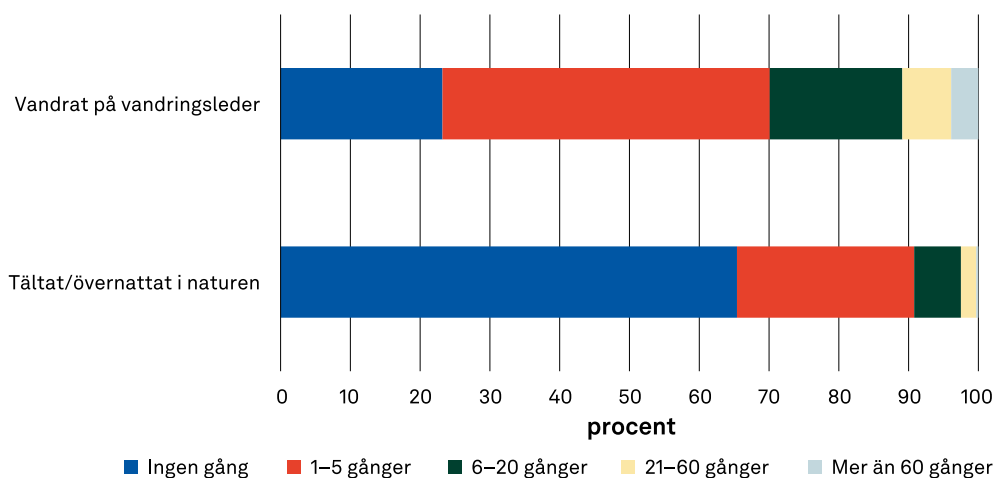


Figur 18. Sambandet mellan åsikter om vindkraft och attityder till att besöka destinationer med vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n = 303).

4.4.4 Utomhusaktiviteter

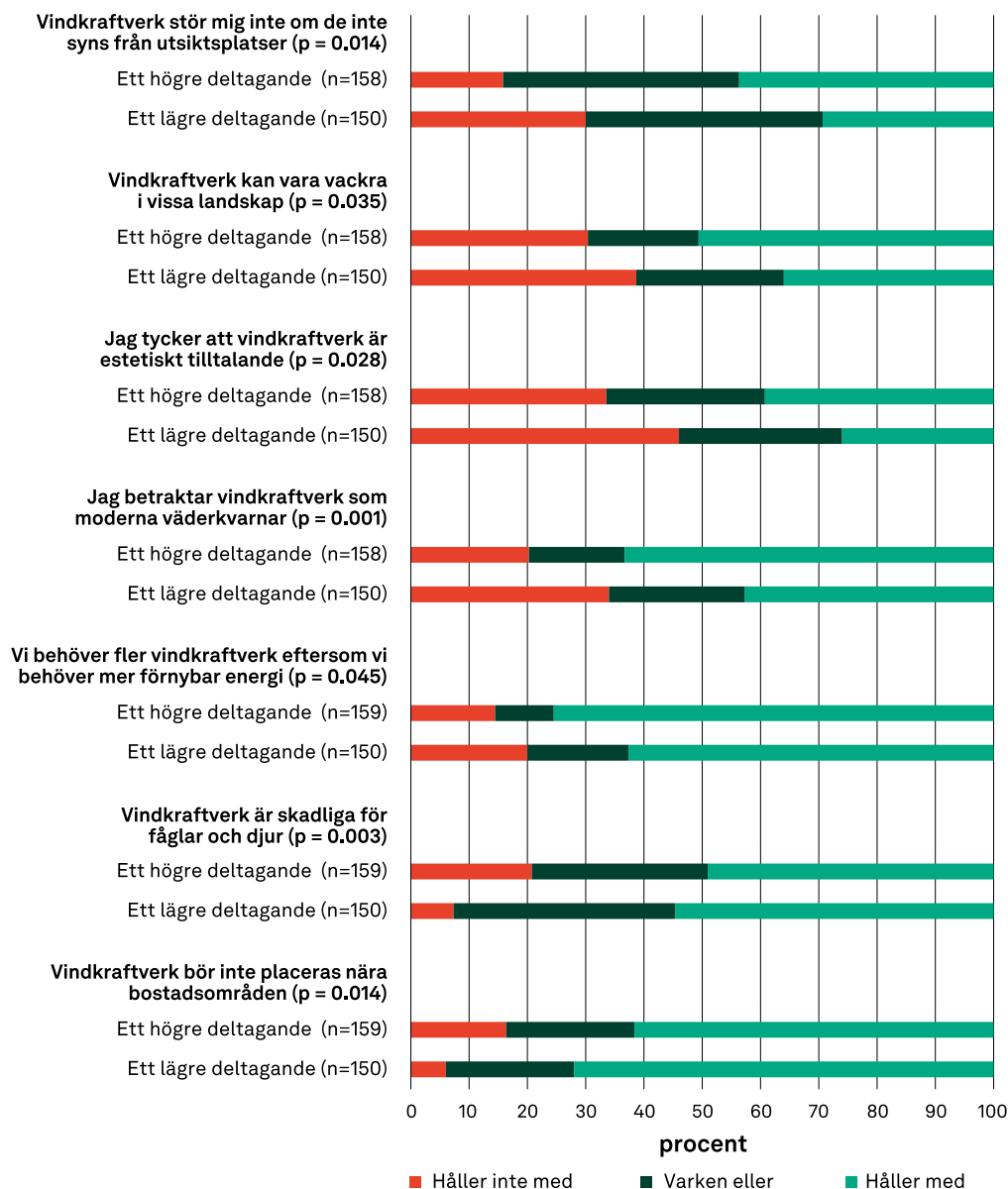
År 2018 genomförde SCB en nationell undersökning av svenska folkets friluftsvanor. Resultaten publicerades i en rapport skriven av forskare vid Mittuniversitetet (se Fredman m.fl., 2018). I vår enkät tillämpar vi samma fråga som användes i rapporten för att fastställa våra respondenters profil för utomhusturism. Deras profil fastställs beroende på i vad mån de har deltagit i utomhusaktiviteter under en tolv månadersperiod. Frågan formulerades på följande sätt: ”Ungefär hur många gånger har du ägnat dig åt följande aktiviteter utomhus på din fritid under de senaste 12 månaderna?” Vår lista över populära utomhusaktiviteter omfattar vandring och tältning. Dessa två vanligaste aktiviteter integreras i den korta film som vi presenterar i enkäten för att illustrera en typisk upplevelse av naturbaserad turism i områden där det finns vindkraftsinfrastruktur (se avsnitt 4.1).

Baserat på deltagandefrekvensen (dvs. från kategorierna ”Ingen gång”, ”1–5 gånger”, ”6–20 gånger”, ”21–60 gånger”, ”Mer än 60 gånger”) upprättades en grupperingsvariabel för att belysa den femte tes som härletts från analysen av kvalitativa data, närmare bestämt: ”Turister som deltar i utomhusaktiviteter lägger inte märke till vindkraftverk i naturlandskap.” I denna grupperingsvariabel har vi två grupper: en med respondenter som är mer involverade i vandring och tältning och en med respondenter som är mindre involverade i vandring och tältning. Respondenternas deltagandefrekvens i aktiviteterna vandring och tältning framgår av figur 19.



Figur 19. Svar på frågan ”Ungefär hur många gånger har du ägnat dig åt följande aktiviteter utomhus på din fritid under de senaste 12 månaderna?” (n = 358).

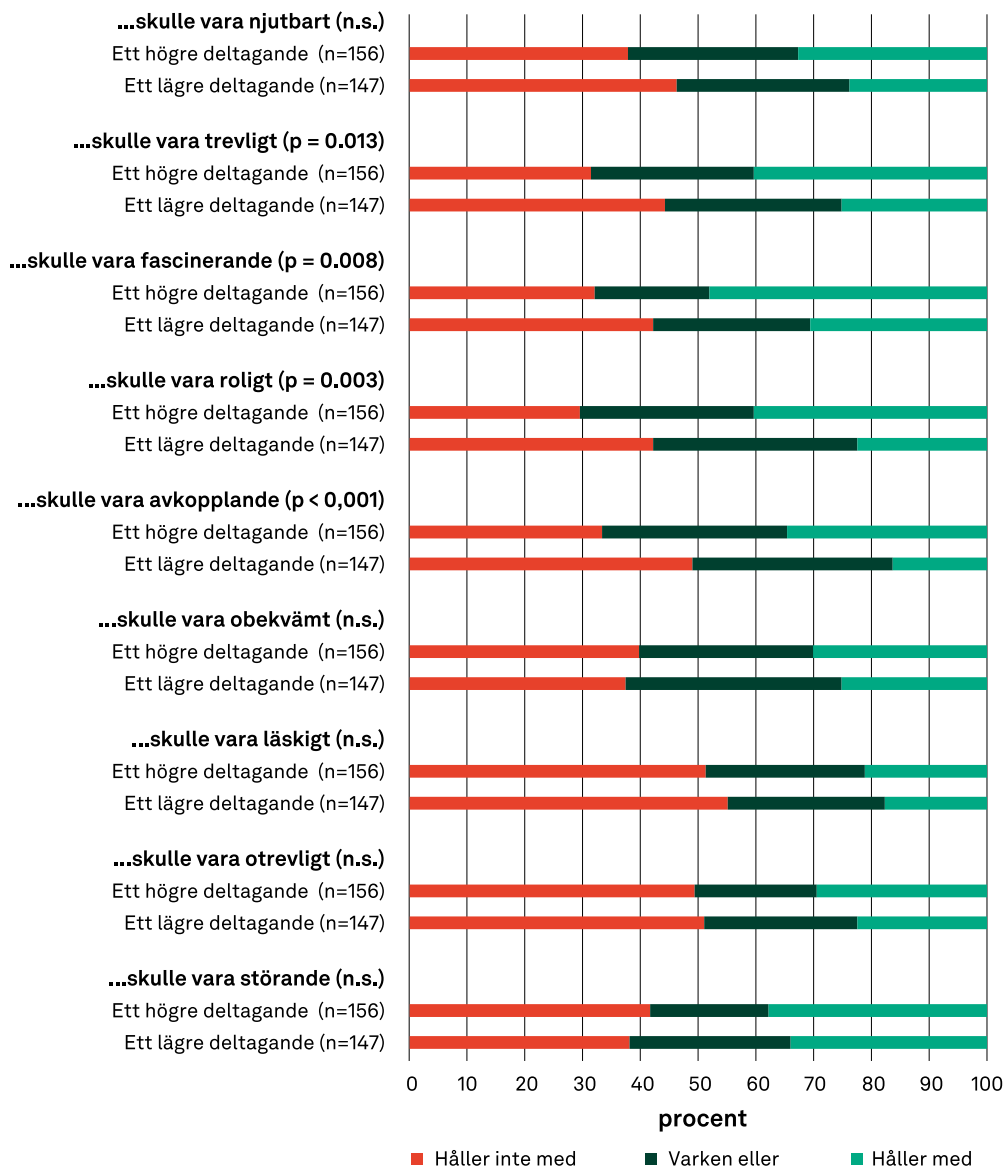
I figur 20 jämför vi de båda grupperna i förhållande till deras åsikter om vindkraft. Vi ser att gruppen respondenter som har ett högre deltagande i vandringar och tältning har betydligt mer positiva åsikter om vindkraft än gruppen med lägre deltagande i sådana aktiviteter. Ett Chi²-test indikerar att sambandet är statistiskt signifikant (p < 0,05) för sju påståenden. Resultaten tyder på att respondenter med högre grad av deltagande i vandring och tältning uppvisar lägre grad av potentiella störningar från vindkraftsinfrastruktur. De visar också högre grad av uppskattning gentemot vindkraftsinfrastruktur, både för att den är estetiskt tilltalande och med tanke på förnybar energiproduktion.



Figur 20. Jämförelse av åsikter om vindkraft bland respondenter med mindre respektive mer deltagande i vandring och tältning (n = 303).

På samma sätt jämför vi i figur 21 de båda grupperna utifrån deras attityd till att besöka destinationer med vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Ett Chi²-test indikerar att sambandet var statistiskt signifikant ($p < 0,05$) för fyra variabler som indikerar en positiv attityd.

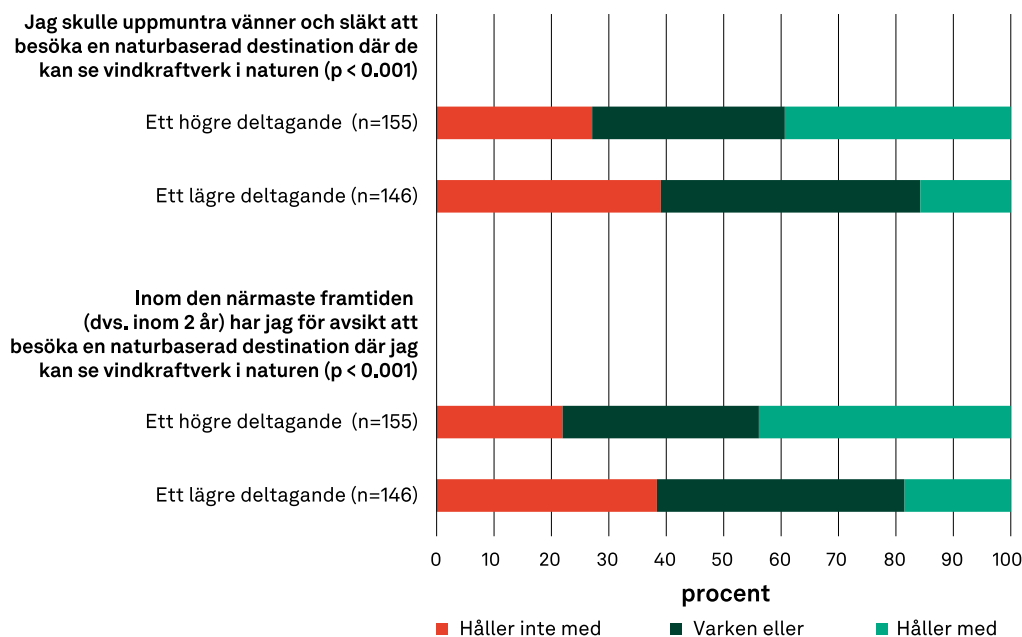
Att besöka destinationer där man kan se vindkraftverk i naturen...



Figur 21. Sambandet mellan deltagande i vandring och tältning och attityder till att besöka destinationer med vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n = 303).

I gruppen med högre grad av deltagande i vandring och tältning håller 48 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att det kan vara "fascinerande" att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur (vilket kan jämföras med att det var 31 procent som i varierande omfattning höll med om detta i gruppen med lägre grad av deltagande i respektive aktiviteter).

I figur 22 jämför vi slutligen de båda gruppernas beteendeintentioner. Ett Chi²-test indikerar att sambandet var signifikant (p < 0,001) för båda variablerna. I gruppen med högre grad av deltagande i vandring och tältning är 44 procent av respondenterna i varierande omfattning villiga att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur inom två år. 39 procent av dem är villiga att rekommendera denna destination till släkt och vänner. Detta kan jämföras med 18,5 procent respektive 16 procent i gruppen med lägre grad av deltagande.



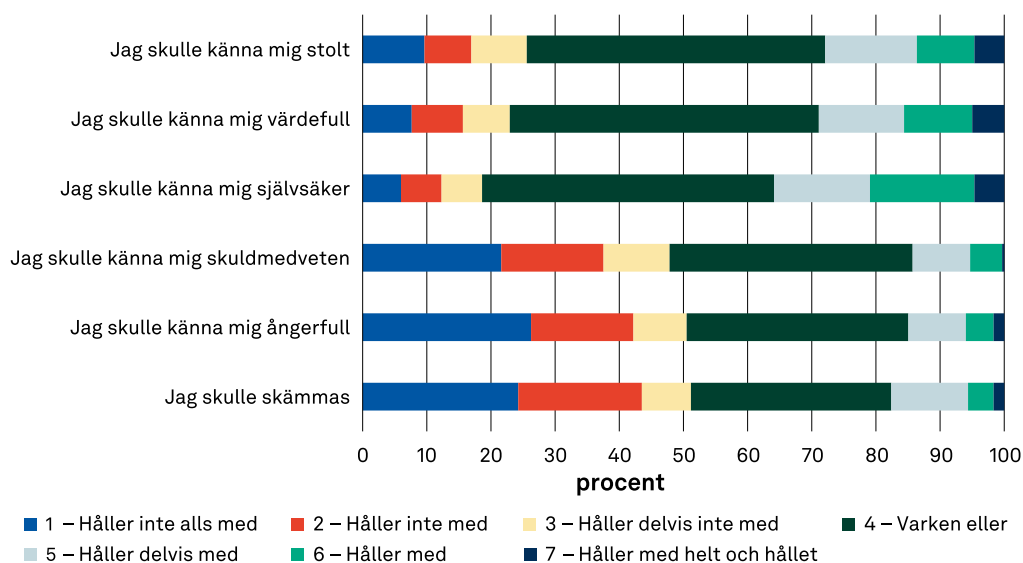
Figur 22. Sambandet mellan deltagande i vandring och tältning och beteendeintentioner att besöka destinationer med vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n = 303).

4.4.5 Känslor och beslut att besöka en destination med vindkraft

I vår enkät använder vi påståenden som har testats av Onwezen m.fl. (2013) för att mäta förväntad stolthet och skuldmedvetenhet. Vi var tvungna att modifiera dessa påståenden något för att göra dem tillämpliga till kontexten med vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Vi implementerade dessa påståenden i förhållande till följande båda frågor:

- Föreställ dig att du planerar ditt nästa besök till en naturbaserad destination och bestämmer dig för att resa till en plats där du kan se vindkraftverk i naturen. Hur skulle du känna dig?
 - Jag skulle känna mig självsäker
 - Jag skulle känna mig värdefull
 - Jag skulle känna mig stolt.
- Föreställ dig att du planerar ditt nästa besök till en naturbaserad destination och bestämmer dig för ATT INTE resa till en specifik destination eftersom du där kan se vindkraftverk i naturen. Hur skulle du känna dig?
 - Jag skulle känna mig skuldmedveten
 - Jag skulle skämmas
 - Jag skulle känna mig ångerfull.

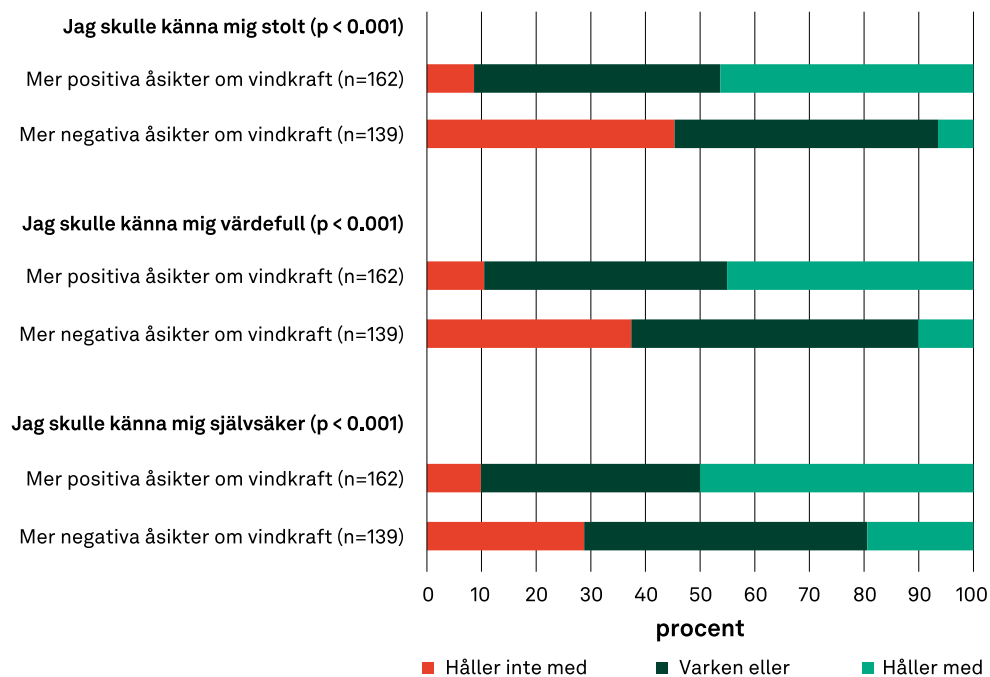
Figur 23 visar resultaten från svaren på påståendena om de förväntade känslorna av stolthet och skuldmedvetenhet när det gäller beslutet att besöka eller inte besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n = 301). Totalt sett håller 28–38 procent i varierande omfattning med om att de skulle uppleva någon aspekt av stolthet (dvs. känna sig stolta, värdefulla eller självsäkra) om de bestämde sig för att resa till en destination där det finns vindkraft i naturområden. Däremot skulle 14–18 procent känna sig skuldmedvetna, skämmas eller känna sig ångerfulla om de bestämde sig för att inte resa till en destination eftersom det finns vindkraftsinfrastruktur där.



Figur 23. Förväntade känslor kopplade till beslutet att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n= 301).

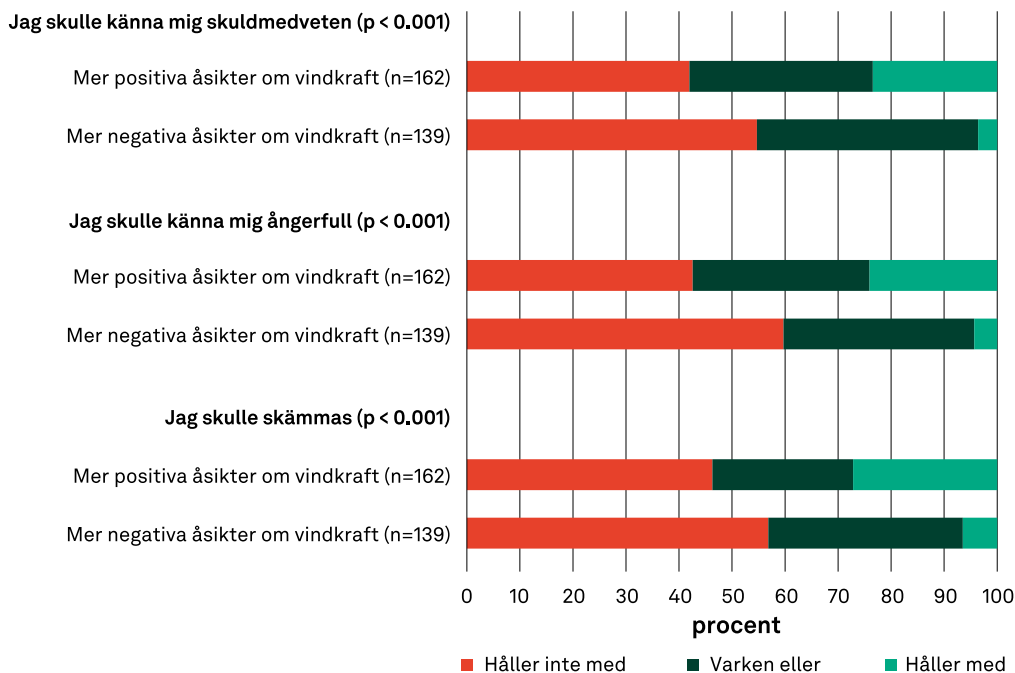
I figur 24 jämförs olika aspekter av förväntad känsla av stolthet mellan gruppen av respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft och gruppen med mer negativa åsikter (n = 301). Denna grupperingsvariabel skapades baserat på svaren på påståendena om vindkraft och användes i tidigare avsnitt av analysen. Ett Chi²-test genomfördes för att undersöka sambandet mellan åsikter om vindkraft och förväntad positiv känsla av stolthet. Sambandet var signifikant ($p < 0,001$) för samtliga variabler.

Anmärkningsvärt nog håller 46 procent av respondenterna i gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft i varierande omfattning med om att de skulle känna sig stolta om de bestämde sig för att resa till en destination med vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Detta kan jämföras med att endast 7 procent av respondenterna i gruppen med mer negativa åsikter om vindkraft skulle känna sig stolta över ett sådant beslut. Däremot är andelen respondenter som i varierande omfattning inte håller med om påståendet 9 procent i gruppen med mer positiva åsikter och 45 procent i gruppen med mer negativa åsikter.



Figur 24. Sambandet mellan åsikter om vindkraft och den förväntade positiva känslan av stolthet (n = 301).

I figur 25 ser vi sambandet mellan åsikter om vindkraft och förväntade negativa känslor av skuldmedvetenhet (n = 301). Chi²-test indikerar att sambandet var signifikant (p < 0,001) för samtliga variablerna.



Figur 25. Sambandet mellan åsikter om vindkraft och den förväntade negativa känslan av skuldmedvetenhet (n = 301).

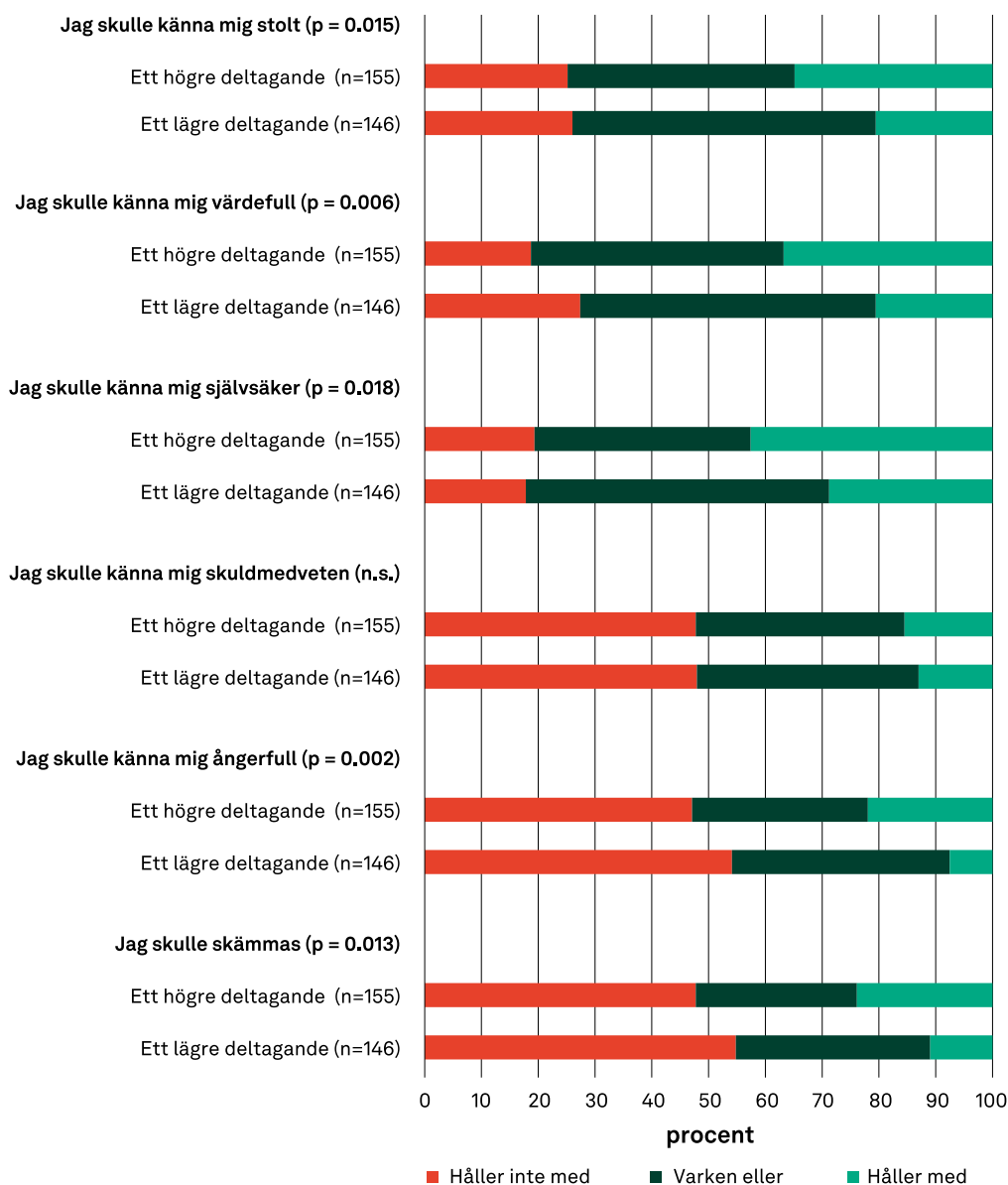
Totalt sett håller 24 procent av respondenterna med mer positiva åsikter om vindkraft i varierande omfattning med om att de skulle känna sig skuldmedvetna om de bestämde sig för att inte resa till en destination på grund av att de kunde få se vindkraftsinfrastruktur där, medan 4 procent av respondenterna med mer negativa åsikter om vindkraft håller med om påståendet i varierande omfattning. Samtidigt håller 42 procent av respondenterna med mer positiva åsikter om vindkraft och 55 procent av respondenterna med mer negativa åsikter om vindkraft inte med om påståendet att de skulle känna sig skuldmedvetna om de bestämde sig för att inte resa till en destination på grund av att de kunde få se vindkraftsinfrastruktur där.

Om vi jämför de semantiskt motsatta påståendena ”Jag skulle känna mig stolt” (som anges i anslutning till frågan gällande ”om jag bestämmer mig för att resa till en naturbaserad destination där det finns vindkraft”) och ”Jag skulle känna mig skuldmedveten” (som anges i anslutning till frågan gällande ”om jag bestämmer mig för att inte resa till en specifik naturbaserad destination där det finns vindkraft”), ser vi att andelen respondenter som håller med om att de skulle känna sig stolta över sitt beslut är nästan dubbelt så hög som andelen respondenter som skulle känna sig skuldmedvetna över sitt beslut. Vad gäller sambandet mellan förväntade känslor och åsikter om vindkraft är resultaten som följer:

- I gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft håller 46 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att de skulle känna sig stolta, jämfört med att 24 procent håller med om att de skulle känna sig skuldmedvetna.
- I gruppen med mer negativa åsikter om vindkraft håller 7 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att de skulle känna sig stolta, jämfört med 4 procent som håller med om att de skulle känna sig skuldmedvetna.
- För gruppen med mer negativa åsikter om vindkraft håller 9 procent inte med om att de skulle känna sig stolta, vilket kan jämföras med 42 procent som inte håller med om att de skulle känna sig skuldmedvetna.
- I gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft håller 45 procent i varierande omfattning inte med om att de skulle känna sig stolta och 55 procent håller inte med om att de skulle känna sig skuldmedvetna.

Resultaten ovan visar på relevansen av positiva känslor för miljövänligt beteende. Detta resultat stöder tidigare forskning om vilken roll som förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet har för att påverka miljövänlig konsumtion och visar på tillämpligheten för de påståenden som vi har modifierat för turismkonsumtion i områden som påverkas av vindkraftsutveckling.

Som framgår av figur 26 jämförde vi också förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet hos respondenter med högre respektive lägre grad av deltagande i vandring och tältning (dvs. de utomhusaktiviteter som visualiserades i den korta film som ingick i enkäten). Chi²-testet indikerar att sambandet var signifikant ($p < 0,05$) för fem variabler av sex och inte signifikant för en variabel som används för att mäta den negativa känslan av skuldmedvetenhet.



Figur 26. Sambandet mellan deltagande i vandring och tältning och förväntade positiva och negativa känslor av stolthet och skuldmedvetenhet när det gäller beslutet att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n = 301).

I gruppen respondenter med högre deltagande i vandring och tältning anger 35 procent i varierande omfattning att de skulle känna sig stolta om de bestämde sig för att resa till en destination där det fanns vindkraft i naturområden. Detta kan jämföras med 21 procent av respondenterna i gruppen med lägre deltagande i dessa aktiviteter. I gruppen respondenter med högre deltagande i utomhusaktiviteter medger 24 procent att de kanske skulle skämmas om de bestämde sig för att inte resa till en destination för att det fanns vindkraft där. 8 procent av respondenterna i gruppen med lägre grad av deltagande i dessa aktiviteter skulle skämmas över detta beslut.

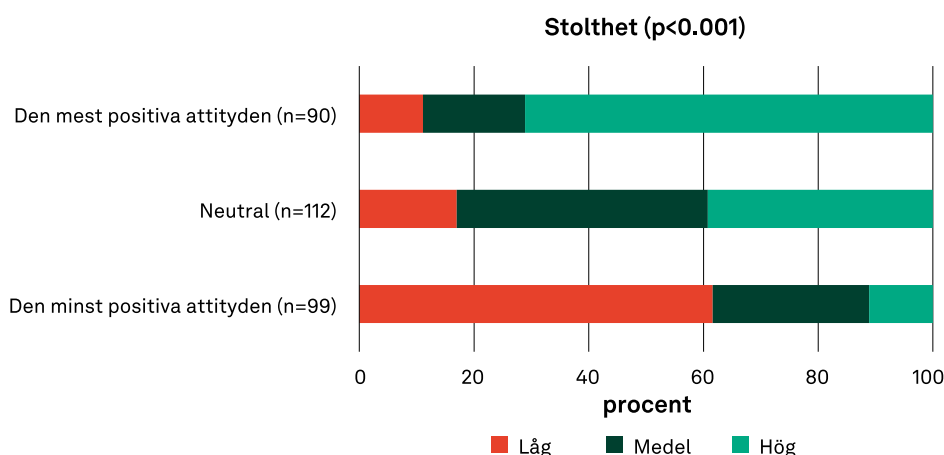
Som Onwezen m.fl. (2013) har visat har attityden till miljövänligt beteende en direkt påverkan på förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet. För att testa detta samband i fråga om attityder till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden skapade vi två grupperingsvariabler på basis av svaren på påståenden som återspeglade positiva och negativa attityder till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur. Vi delade in grupperna på följande sätt:

- Den första grupperingsvariabeln omfattar tre grupper av respondenter: 1) de som uppvisar mest positiv attityd, 2) de som uppvisar neutral attityd och 3) de som uppvisar minst positiv attityd. Dessa tre grupper skapades genom att omvandla de summerade skalorna för variablerna "njutbart", "trevligt", "fascinerande", "roligt" och "avkopplande".
- Den andra grupperingsvariabeln omfattar tre grupper av respondenter: 1) de med mest negativ attityd, 2) de med neutral attityd och 3) de med minst negativ attityd. Dessa tre grupper skapades genom att omvandla de summerade skalorna för variablerna "obekvämt", "läskigt", "otrevligt" och "störande".

Vi skapade två ytterligare grupperingsvariabler på basis av svaren på påståenden som återspeglade förväntad stolthet och skuldmedvetenhet. Vi delade in grupperna på följande sätt:

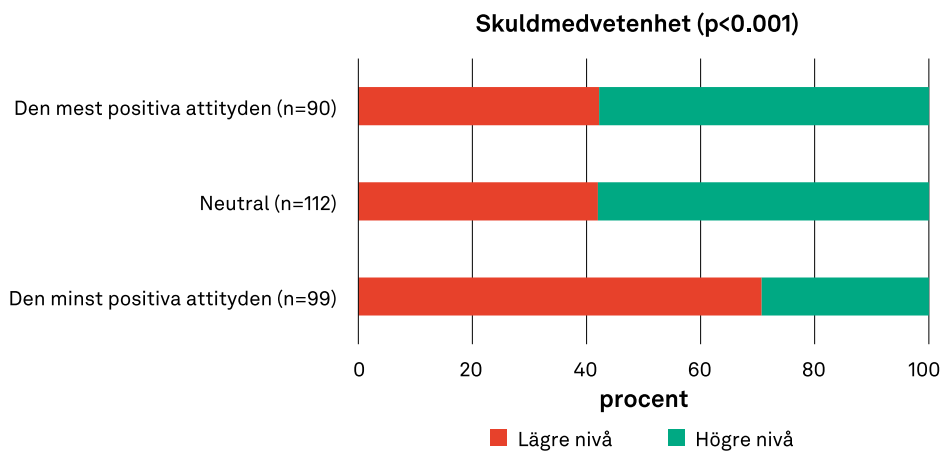
- Den första grupperingsvariabeln omfattar tre grupper av respondenter: 1) de som visar en låg nivå av stolthet, 2) de som visar en medelnivå av stolthet och 3) de som visar en högre nivå av stolthet. Dessa tre grupper skapades genom att omvandla de summerade skalorna för variablerna "självssäker", "värdefull" och "stolt".
- Den andra grupperingsvariabeln omfattar tre grupper av respondenter: 1) de som visar en låg nivå av skuldmedvetenhet, 2) de som visar en medelnivå av skuldmedvetenhet och 3) de som visar högre nivå av skuldmedvetenhet. Dessa tre grupper skapades genom att omvandla de summerade skalorna för variablerna "skuldmedveten", "skämmas" och "ångerfull".

Figur 27 visar sambandet mellan en positiv attityd till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och nivåer av stolthet (statistiskt signifikant på nivån $p < 0,001$). Bland de respondenter som hade mest positiv attityd till besöket anger 71 procent en hög nivå av förväntad stolthet kopplad till beslutet att besöka destinationen med vindkraftsinfrastruktur och 11 procent anger en låg nivå av förväntad stolthet. Bland respondenterna med minst positiv attityd anger 11 procent en hög nivå och 62 procent en låg nivå av förväntad stolthet.



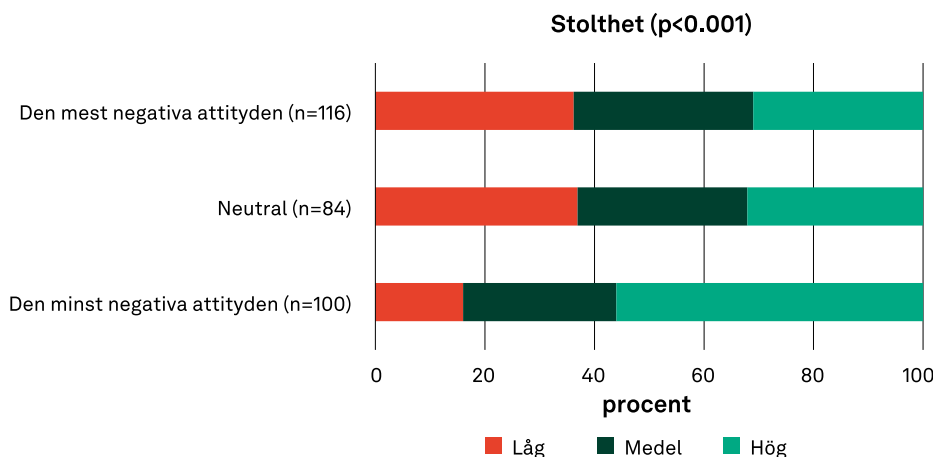
Figur 27. Sambandet mellan den positiva attityden till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och nivån av förväntad stolthet (n = 301).

Som framgår av figur 28 uppger 58 procent av respondenterna med den mest positiva attityden till att besöka en destination med vindkraftsinfrastruktur i naturområden att de har höga nivåer av förväntad skuldmedvetenhet om de bestämmer sig för att inte besöka en sådan destination. I gruppen med den minst positiva attityden är andelen respondenter som skulle skämmas 29 procent.



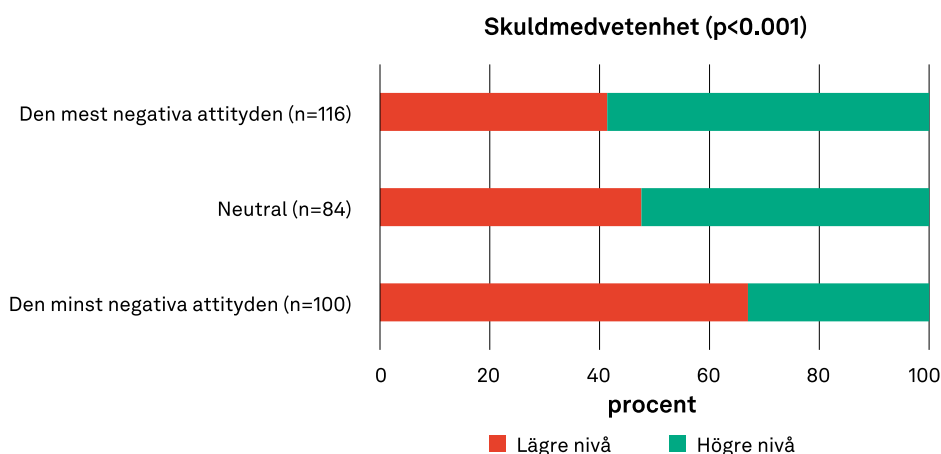
Figur 28. Sambandet mellan den positiva attityden till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och nivån av förväntad skuldmedvetenhet (n = 301).

Som framgår av figur 29 anger 31 procent av respondenterna med den mest negativa attityden till att besöka en destination med vindkraftsinfrastruktur i naturområden att de har hög nivå av förväntad stolthet om de bestämmer sig för att inte besöka en sådan destination. Detta kan jämföras med att 56 procent av respondenterna i gruppen med minst negativ attityd skulle känna stolthet.



Figur 29. Sambandet mellan den negativa attityden till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och nivån av förväntad stolthet (n = 301).

Resultaten som visas i figur 30 är dock svåra att tolka. De indikerar snarare att gruppen med mest negativ attityd till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden även uppger högre grad av förväntad skuldmedvetenhet för sitt beslut att inte besöka en turismdestination för att där finns vindkraftsinfrastruktur (59 procent), jämfört med gruppen med minst negativ attityd (33 procent). Denna motsägelse i våra resultat är dock i linje med resultaten från tidigare forskning (t.ex. Zhu m.fl. 2022), vilket indikerar den motsägelsefulla funktion som förväntad skuldmedvetenhet har i fråga om miljövänligt beteende.



Figur 30. Sambandet mellan den negativa attityden till att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och nivån av förväntad skuldmedvetenhet (n = 301).

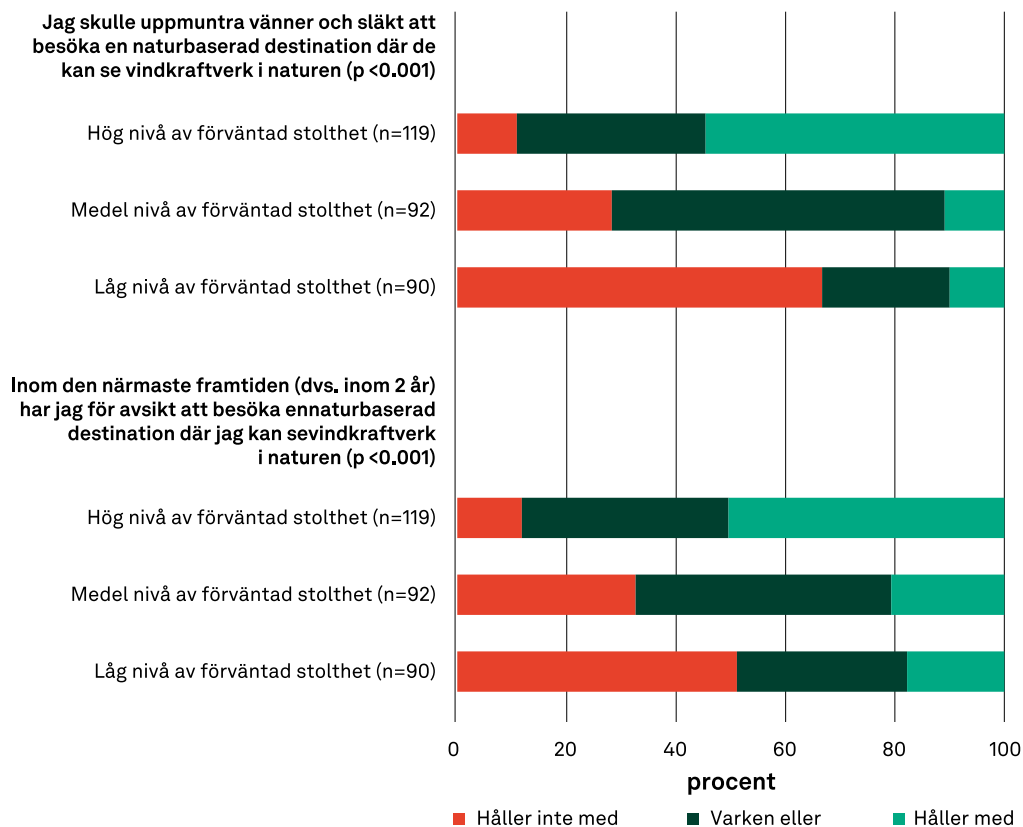
Med beaktande av tidigare forskning som stöder förväntade känslors direkta effekt på miljövänligt beteende (t.ex. Qiu m.fl., 2022, Alsuwaidi m.fl., 2022 och Shipley m.fl., 2023) testade vi sambandet mellan förväntade känslor och beteendeintentioner att besöka eller rekommendera en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

Figur 31 illustrerar sambandet mellan beteendeintentioner och förväntad stolthet ($p < 0,001$). I gruppen med hög nivå av förväntad stolthet kopplad till beslutet att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden håller åtminstone 50 procent av respondenterna delvis med om att de skulle besöka en sådan destination, medan 12 procent inte håller med. I gruppen med låg nivå av förväntad stolthet håller 18 procent av respondenterna med i varierande omfattning och 51 procent håller inte med om att de skulle besöka en sådan destination snart (inom två år).

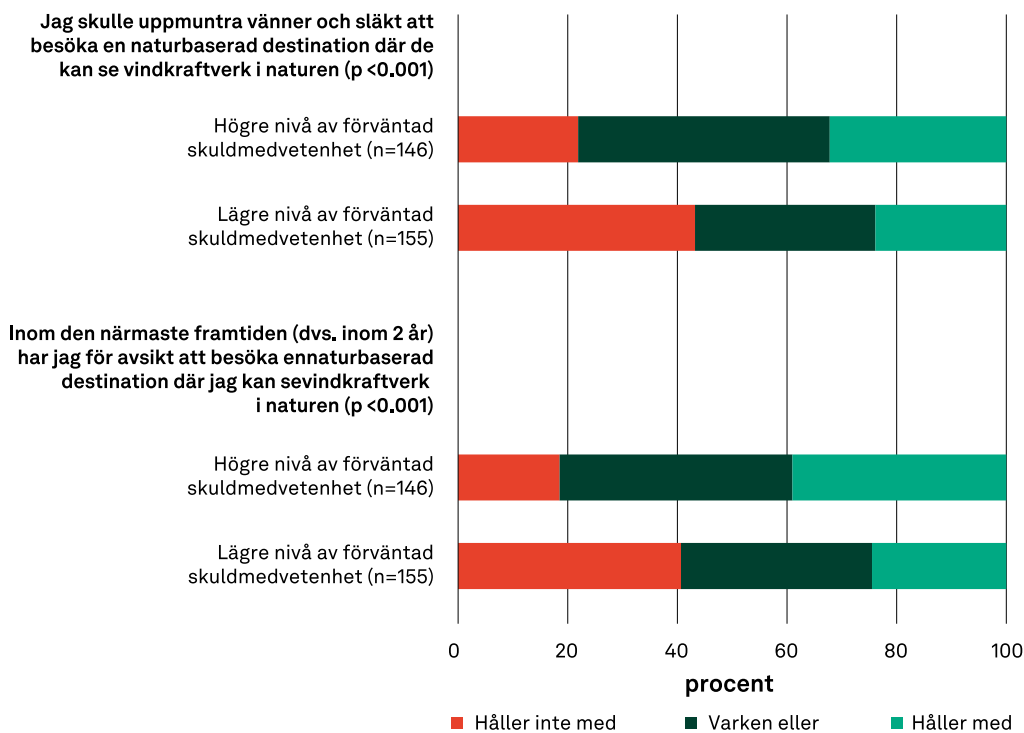
Minst 55 procent av respondenterna i gruppen med hög nivå av förväntad stolthet håller delvis med om att de skulle vara villiga att rekommendera släkt och vänner att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturen. 11 procent av respondenterna i gruppen med hög nivå av förväntad stolthet håller inte med om påståendet. I gruppen med låg nivå av förväntad stolthet är andelarna 10 procent för dem som håller med och 66 procent för dem som inte håller med.

I figur 32 ser vi slutligen sambandet mellan förväntad skuldmedvetenhet och beteendeintentioner gentemot en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden ($p < 0,001$). I gruppen med hög nivå av förväntad skuldmedvetenhet håller 39 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att de skulle ha för avsikt att besöka en destination i naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur. Samtidigt håller 25 procent av respondenterna i gruppen med låg nivå av förväntad skuldmedvetenhet med om att de skulle ha för avsikt att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturen. Andelen respondenter som inte håller med om påståendet är 19 procent för dem med hög nivå av förväntad skuldmedvetenhet och 41 procent för dem med låg nivå av förväntad skuldmedvetenhet. Av respondenterna med högre nivå av förväntad skuldmedvetenhet var det 32 procent som åtminstone delvis håller med om att de skulle uppmuntra släkt och vänner att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur (jämfört med 24 procent i gruppen med lägre nivå av förväntad skuldmedvetenhet). Det är 22 procent av respondenterna i gruppen med högre nivå av skuldmedvetenhet och 43 procent av respondenterna i gruppen med lägre nivå av skuldmedvetenhet som inte håller med om att de skulle uppmuntra andra att besöka en sådan destination.

Sammantaget visar resultaten hur viktiga och tillämpliga de påståenden som används är för att mäta förväntad stolthet och skuldmedvetenhet i förhållande till attityder och beteendeintentioner i samband med en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturen.



Figur 31. Sambandet mellan förväntad stolthet och beteendeintentioner gentemot en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n= 300).



Figur 32. Sambandet mellan förväntad skuldmedvetenhet och beteendeintentioner gentemot en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden (n= 301).

4.4.6 Uppfattat värde av turismupplevelse i naturområden

I denna studie tillämpar vi den eudaimoniska värdeskalen för att mäta den spirituella dimensionen av turismupplevelsen i naturområden (Lengieza m.fl., 2019). Med spirituell dimension avser vi aktiviteter som har att göra med självreflektion, som att fundera djupt på meningen med livet eller meningen i ens liv. Forskare använder ofta den eudaimoniska värdeskalen för att mäta känslan av mening med livet och den självreflektion som människor upplever när de håller på med vissa aktiviteter. I vår enkät vill vi dessutom beakta turisternas uppskattning av destinationens hållbarhet. För att mäta värdet som hållbar destination anpassar vi och vidareutvecklar den altruistiska värdeskala som normalt används för att mäta etikdimensionen av uppfattat värde, något som har gjorts i tidigare studier (t.ex. Sánchez-Fernández m.fl., 2009; Gallarza m.fl., 2017; Ahn och Thomas, 2020).

I enkäten bad vi respondenterna att utvärdera 31 påståenden om deras uppfattade värde av turismupplevelsen i naturområden. De fick utvärdera dessa påståenden direkt efter det att de hade sett en kort film som beskrev deras deltagande i en turismupplevelse. Upplevelsen bestod i en två dagars vandringsresa som omfattade olika möten med vindkraftsinfrastruktur i naturen. Vi förklarade för respondenterna att påståendena om deras uppfattade värde av en upplevelse måste besvaras som respons på videon de hade sett. Vi hade följande instruktioner: ”Efter att du har sett bildspelet med vandringsresan, vänligen värdera påståendena nedan.” Varje påstående inleddes med en standardinledning till den uppfattade fördelen med upplevelsen (dvs. ”Under min vandringstur har jag uppfyllt mina förväntningar/behov av ...”) och varje påstående avslutades med en specifik aspekt av det uppfattade värdet av upplevelsen, t.ex. skönhet (dvs. ”... att uppleva naturens skönhet”, ”... att uppleva spektakulära vyer”) och anknytningen till naturen (dvs. ”... att känna närhet till naturen och vildmarken”) osv. Det inkluderades 15 påståenden för att utvärdera emotionella och epistemiska fördelar, 11 för att utvärdera värdet som hållbar destination och 5 för att utvärdera spirituellt värde.

Vi använde explorativ faktoranalys⁶ för att förstå den underliggande strukturen för det uppfattade värdet av att uppleva naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur. En analys av påståendena presenteras i tabell 5. Varje påstående grupperas med sin faktor för analysen (dvs. 1) emotionellt och epistemiskt, 2) hållbar destination och 3) spirituellt). I figuren jämför vi medelvärdena för påståendena om uppfattat värde mellan respondenter med mer negativa åsikter om vindkraft och respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft. Det oberoende t-testet visar att vid sidan av de båda värdepåståendena i faktor 1 ”emotionellt och epistemiskt” och ett påstående i faktor 3 ”spirituellt” är medelvärdena betydligt högre ($p < 0,005$) bland respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft än i gruppen respondenter med mindre positiva åsikter.

⁶ Extraktionsmetod: principal axis factoring. Rotationsmetod: oblimin. Av de 31 inledande påståendena togs två bort på grund av låga faktorladdningar (under 0,4), som omfattade ”att bli mer medveten om det lokala kulturarvet” och ”att ha något att berätta om”. Kommunaliteterna för de återstående 29 påståendena ligger mellan 0,565 och 0,854. Deras faktorladdningar ligger mellan 0,501 och 0,977. Den genererade trefaktorslösningen förklarar 75 procent av den totala variansen. Den totala signifikansen i korrelationsmatrisen var 0,000 med Bartlett Test of Sphericity-värde på 11201,476. Det totala KMO-måttet (Kaiser-Meyer-Olkin) avseende urvalets lämplighet var 0,963, vilket är väl över rekommenderade tröskelvärden. Faktoranalysen bedöms därför vara ändamålsenlig och kan utföras.

Tabell 5. Samband mellan åsikter om vindkraft och uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur

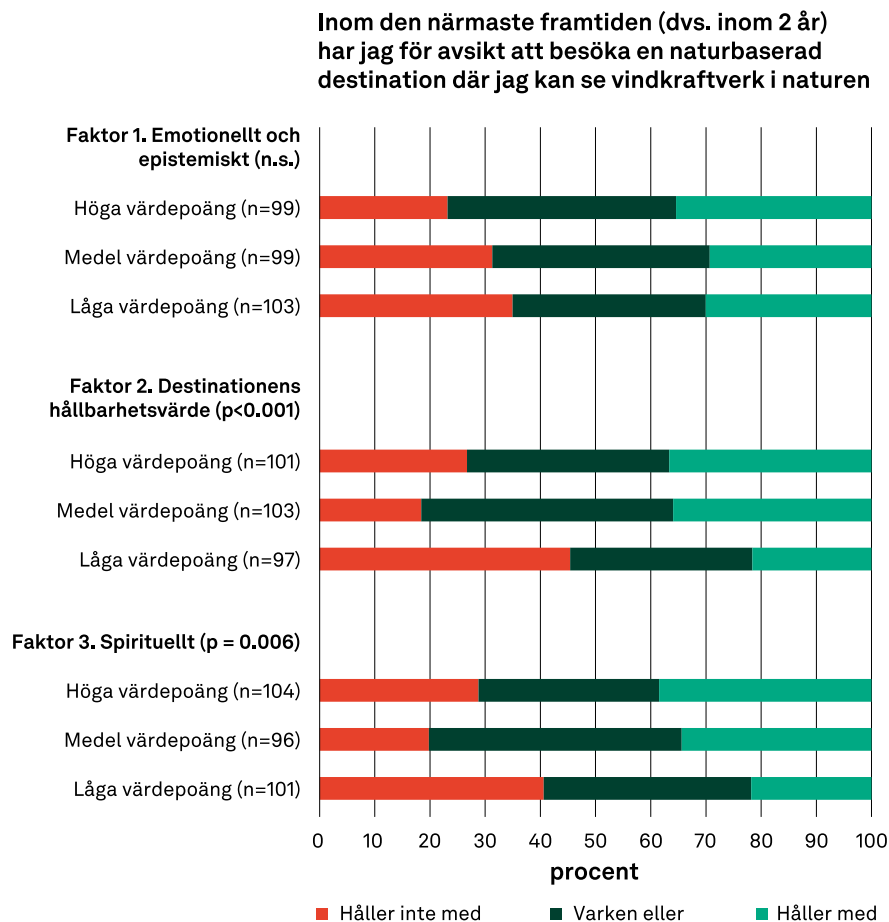
Variabler	snarare negativ till vindkraft (n = 143)		snarare positiv till vindkraft (n = 165)		Sig.
	Medel	Stand. avv.	Medel	Stand. avv.	
Faktor 1. Emotionellt och epistemiskt					
att koppla bort från vardagsstress och uppleva något annorlunda jämfört med vardagslivet	5,5	1,373	6,0	1,042	< 0,001
att uppleva lugn och stillhet	5,3	1,425	6,0	0,996	< 0,001
att må bra, att vara glad	5,5	1,31	5,9	1,069	0,002
att uppleva en känsla av frihet	5,4	1,391	5,9	1,022	< 0,001
att känna närhet till naturen och vildmarken	5,3	1,392	5,9	1,039	< 0,001
att koppla av mentalt	5,4	1,485	5,9	1,045	< 0,001
att få ny styrka och energi	5,5	1,346	5,9	0,997	< 0,001
att kunna "bara vara" och inte göra något speciellt	5,5	1,351	5,9	1,093	< 0,001
att få motion och träning, använda min kropp mycket och utmana min fysiska förmåga	5,6	1,308	5,8	1,115	e.s.
att lära mig nya saker och upptäcka nya platser	5,5	1,203	5,8	1,053	0,004
att uppleva naturens skönhet, att uppleva spektakulära vyer	5,1	1,423	5,8	1,052	< 0,001
att lära mig om naturen	5,1	1,508	5,7	1,048	< 0,001
att ägna mig åt fysiska utmaningar i naturen	5,5	1,294	5,7	1,148	e.s.
Faktor 2. Destinationens hållbarhetsvärde					
att vara en ansvarsfull turist	5,0	1,477	5,7	1,133	< 0,001
att ha en hållbar turismupplevelse	4,9	1,453	5,7	1,04	< 0,001
att vistas på en plats som tar sitt ansvar gentemot miljön	4,7	1,468	5,5	1,161	< 0,001
att vistas på en plats som tar sitt ansvar gentemot utvecklingen av lokalsamhället	4,6	1,475	5,5	1,182	< 0,001
att vistas på en plats som stämmer överens med mina etiska och moraliska värderingar	4,6	1,49	5,5	1,197	< 0,001
att vara en etisk turist	4,9	1,348	5,5	1,203	< 0,001
att vistas på en plats som arbetar aktivt för att bekämpa klimatförändringar	4,5	1,578	5,4	1,24	< 0,001
att uppfylla min moraliska plikt att minimera min miljöpåverkan	4,5	1,591	5,4	1,304	< 0,001
att uppfylla min moraliska plikt att minimera den negativa påverkan på de lokala samhällena som jag besöker som turist	4,6	1,518	5,4	1,337	< 0,001
att uppfylla min moraliska plikt att bidra till utvecklingen av de lokala samhällena jag besöker som turist	4,5	1,551	5,3	1,362	< 0,001
att uppfylla min moraliska plikt att göra det jag kan för att bekämpa klimatförändringar	4,4	1,612	5,3	1,385	< 0,001
Faktor 3. Spirituellt					
att få tid att reflektera	5,4	1,174	5,8	1,044	0,003
att få tid att vara eftertänksam kring saker som är viktiga för mig	5,1	1,24	5,4	1,209	e.s.
att fundera på meningen med livet	4,7	1,501	5,2	1,351	0,002
att få en känsla av mening i mitt liv	4,7	1,477	5,1	1,235	0,003
att utvecklas som person	4,6	1,396	5,0	1,237	0,005

Medelvärde för de 13 påståendena under faktor 1 (dvs. emotionellt och epistemiskt värde) varierar mellan 5,68 och 6,0 (på en skala från 1 – håller inte alls med till 7 – håller med helt och hållet) bland respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft. Bland respondenterna i gruppen med mindre positiva åsikter om vindkraft varierar medelvärdet mellan 5,1 och 5,64. När det gäller den andra faktorn för värdet som hållbar destination med dess tio påståenden, varierar medelvärdet mellan 5,33 och 5,7 hos respondenterna i gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft. Samtidigt varierar de mellan 4,43 och 5,01 i gruppen respondenter med mindre positiva åsikter om vindkraft. Vad gäller faktorn spirituellt med dess fem påståenden varierar medelvärdet mellan 5,01 och 5,75 hos respondenterna i gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft och mellan 4,58 och 5,38 bland dem med mindre positiva åsikter.

Tre grupperingsvariabler togs fram baserade på de summerade poängen för varje faktor. Grupperingsvariablerna för varje faktor återspeglar värdepoängsnivån för det uppfattade värdet av turismupplevelsen i naturområden, vilket innebär: 1) respondenter med låga värdepoäng, 2) de med medelhöga värdepoäng och 3) respondenterna med höga värdepoäng. Vi använde dessa tre grupperingsvariabler för de emotionella, epistemiska, spirituella och hållbarhetsrelaterade dimensionerna av uppfattat värde av upplevelsen för att testa sambandet mellan uppfattat värde av upplevelsen i områden där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och beteendeintentioner att besöka sådana områden eller att rekommendera dem till släkt och vänner. Figur 33 illustrerar sambandet mellan de tre grupperingsvariablerna för dimensionerna uppfattat värde av upplevelsen och beteendeintentioner att besöka en destination.

Sambandet mellan faktor 1, ”emotionellt och epistemiskt”, och intentionen att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur är inte statistiskt signifikant. Sambanden är statistiskt signifikanta mellan intentionerna att besöka en destination och de båda andra faktorerna (dvs. faktor 2 ($p < 0,001$) och faktor 3 ($p = 0,006$)). Vi ser att:

- 37 procent av de respondenter som satte höga poäng för faktor 2, ”destinationens hållbarhetsvärde”, och 36 procent av de respondenter som satte medelhöga poäng för detta värde uttrycker att de har för avsikt att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden.
- I gruppen med låga poäng för faktor 2, ”destinationens hållbarhetsvärde”, anger endast 22 procent av respondenterna att de har för avsikt att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden.
- Av de respondenter som satte höga poäng för faktor 3, ”spirituellt”, uppger 39 procent att de har för avsikt att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden. 34 procent av dem som gav spirituellt atmosfär ett medelhögt värde och 22 procent av dem som gav det ett lågt värde anger att de har för avsikt att besöka en sådan destination.



Figur 33. Samband mellan uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden och intentionen att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur.

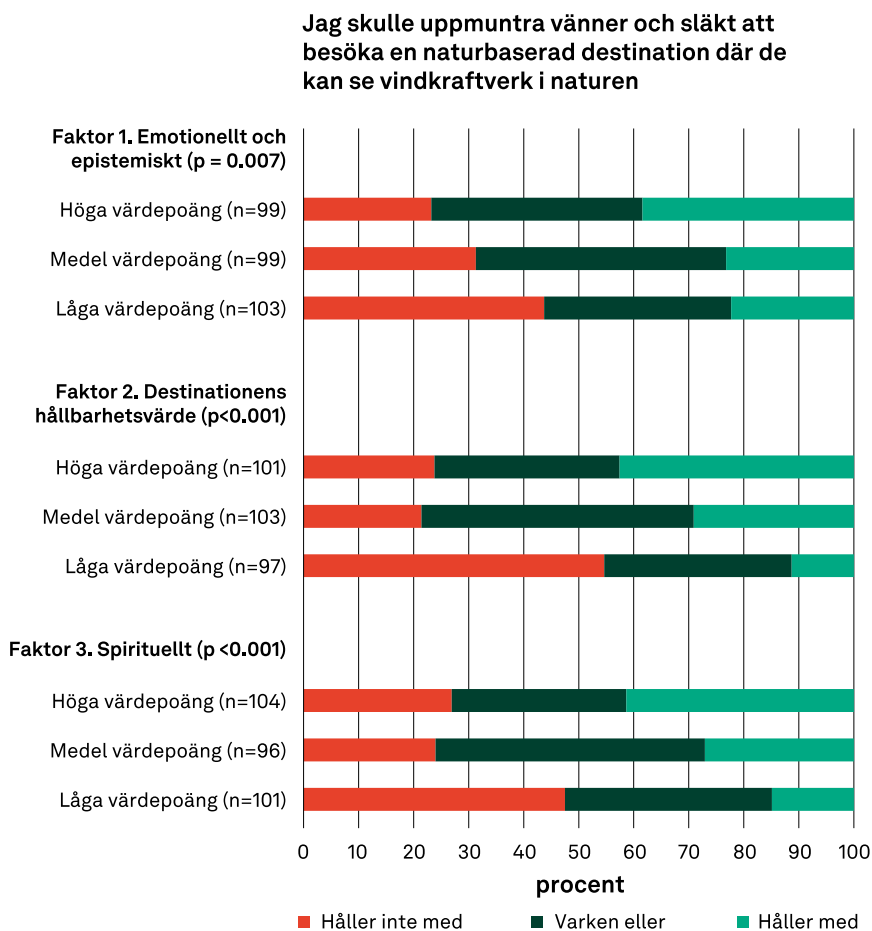
Figur 34 visar sambandet mellan uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden och intentionen att rekommendera en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur. Sambandet är statistiskt signifikant för samtliga tre faktorer som rör det uppfattade värdet av upplevelsen. Av de respondenter som satte höga poäng för faktor 1, ”emotionellt och epistemiskt värde”, uppger 38 procent att de har för avsikt att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden. Samtidigt anger 23 procent av dem som gav medelpoäng till emotionellt och epistemiskt värde och 22 procent av dem som gav låga poäng till emotionellt och epistemiskt värde att de har för avsikt att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden.

Av de respondenter som satte höga poäng för faktor 2, ”destinationens hållbarhetsvärde”, anger 43 procent att de har för avsikt att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden. Samtidigt anger 29 procent av dem som gav medelpoäng till destinationens hållbarhetsvärde och 11 procent av dem som gav låga poäng till detta värde att de har för avsikt att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden. Däremot anger 55 procent av respondenterna i gruppen med låga värdepöäng för den hållbara destinationen att de inte har för avsikt att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur. Detta kan jämföras med

att 21 procent av respondenterna i de grupper som satte medelhöga poäng för värdet som hållbar destination och 24 procent av respondenterna i de grupper som satte höga poäng för värdet som hållbar destination inte avser att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

Av de respondenter som satte höga poäng för faktor 3, ”spirituellt”, anger slutligen 41 procent att de sannolikt kommer att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraft i naturområden. Detta kan jämföras med att 27 procent av respondenterna i de grupper som satte medelhöga poäng för spirituellt värde och 15 procent av respondenterna i de grupper som satte låga poäng för spirituellt värde avser att rekommendera andra att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

Baserat på vår tolkning av resultaten bedömer vi skalan för det uppfattade värdet (som omfattar dimensionerna av emotionellt och epistemiskt värde, spirituellt värde och destinationens hållbarhetsvärde) som tillämplig för att förstå det uppfattade värdet av turismupplevelsen på destinationer där turister kan stöta på vindkraftsinfrastruktur i naturområden i olika sammanhang och under olika faser av vistelsen.

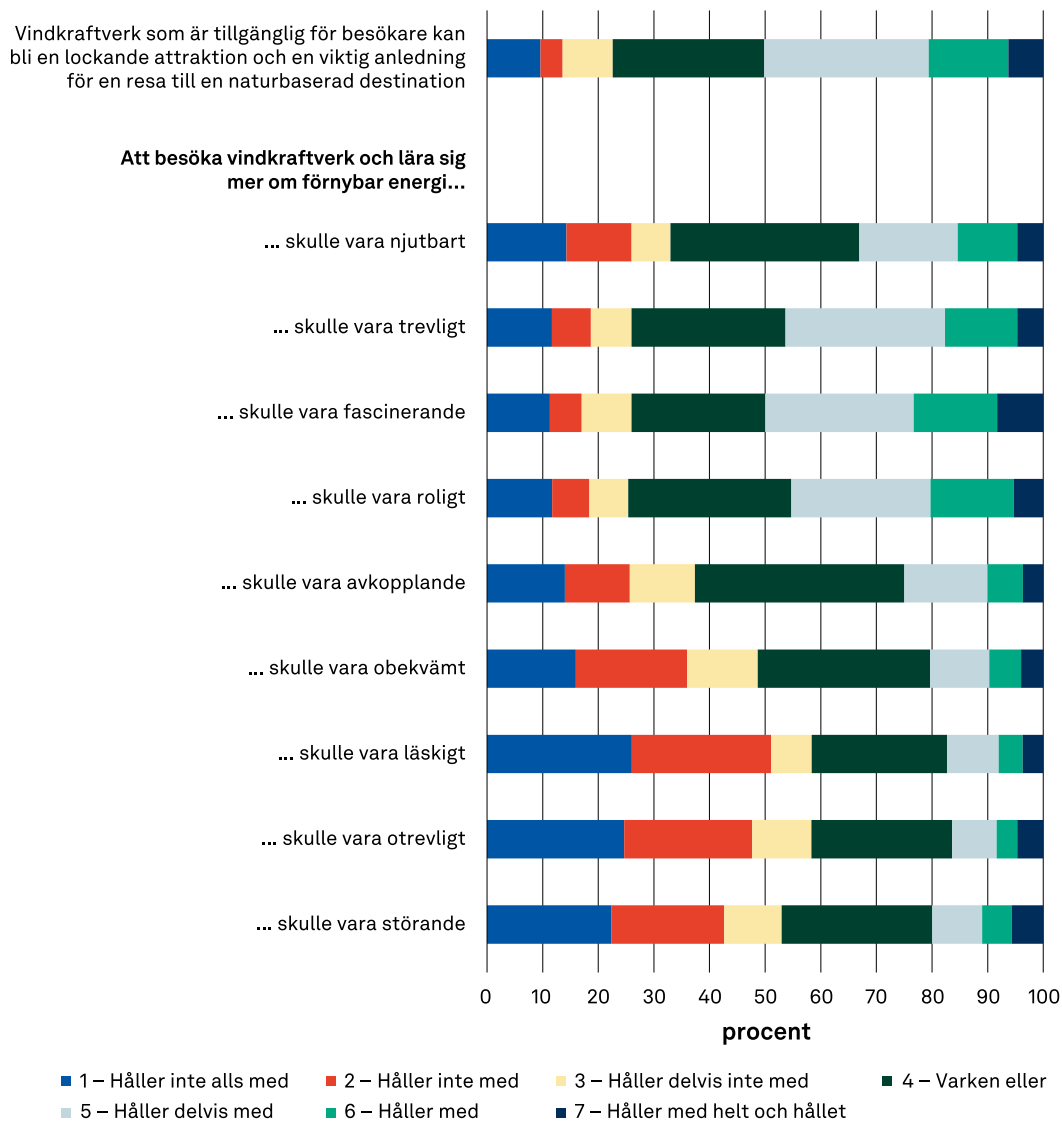


Figur 34. Samband mellan uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden och intentionen att rekommendera en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur.

4.4.7 Vindkraftsanläggningar som turistattraktioner

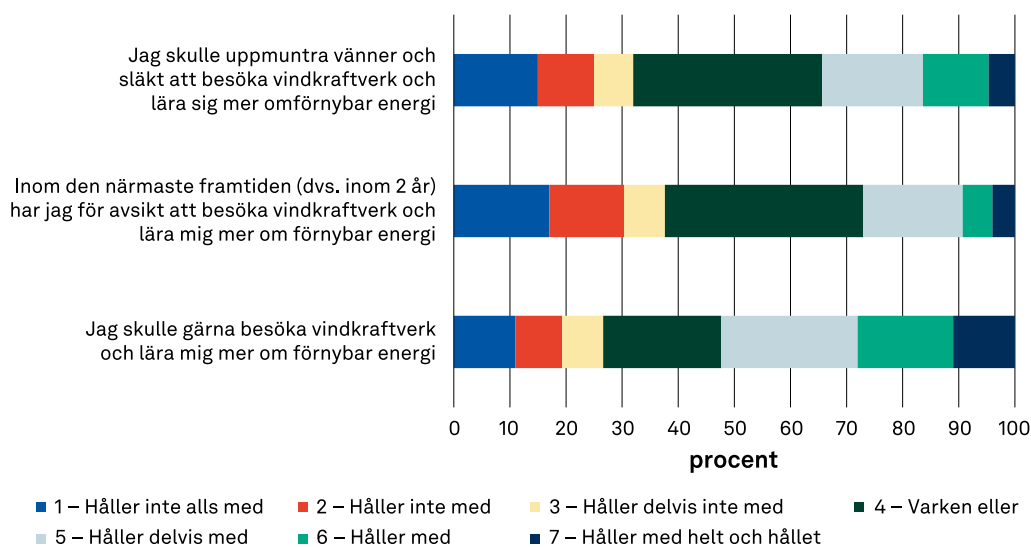
I avsnitt 2.3 i litteraturoversikten beskrivs forskningen om den framväxande nischmarknaden energiturism. Denna nya marknad drivs till stor del av ett växande intresse för att uppleva grön turism. I vår enkät bedömer vi det potentiella intresset och attityden när det gäller att besöka en vindkraftsanläggning när man vistas på destinationen. Vi gör detta genom att be deltagarna att utvärdera tio påståenden om detta.

Figur 35 illustrerar attityder till olika aspekter av att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion. Av respondenterna håller 50 procent i varierande omfattning med om att ett vindkraftverk som är tillgängligt för besökare kan bli en lockande attraktion och en viktig anledning för en resa till en destination. På samma sätt håller 50 procent av respondenterna med om att det skulle vara fascinerande att besöka ett vindkraftsanläggning och lära sig mer om förnybar energi. Däremot håller 20 procent med om att det skulle kunna vara störande.



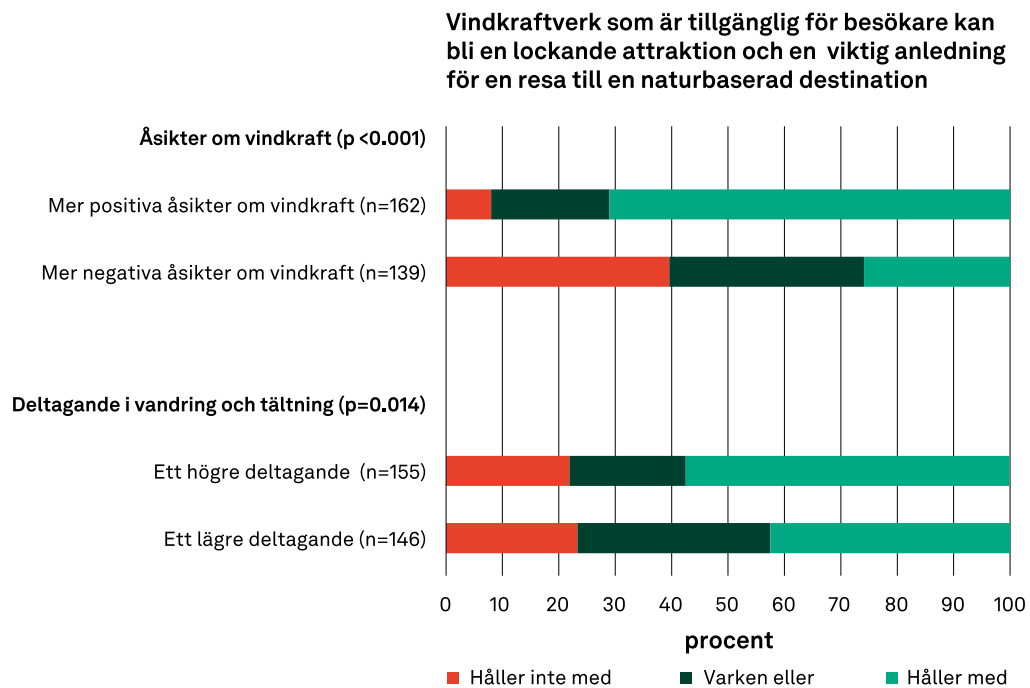
Figur 35. Attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi.

Figur 36 illustrerar olika beteendeintentioner att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi. Totalt sett håller 52 procent av respondenterna i varierande omfattning med om att de skulle vilja besöka ett vindkraftverk som turistattraktion och lära sig mer om vindenergi. 34 procent av dem skulle uppmantra släkt och vänner att göra detta. Vidare uttryckte 27 procent av respondenterna någon grad av vilja att snart besöka en vindkraftsanläggning (4 procent av respondenterna håller med helt och hållet, 5 procent håller med och 18 procent håller delvis med). Vi kan därför tolka detta resultat som en indikation på att en betydande andel av respondenterna skulle vara mycket intresserade av att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion om det fanns en sådan möjlighet.



Figur 36. Beteendeintentioner gentemot att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi.

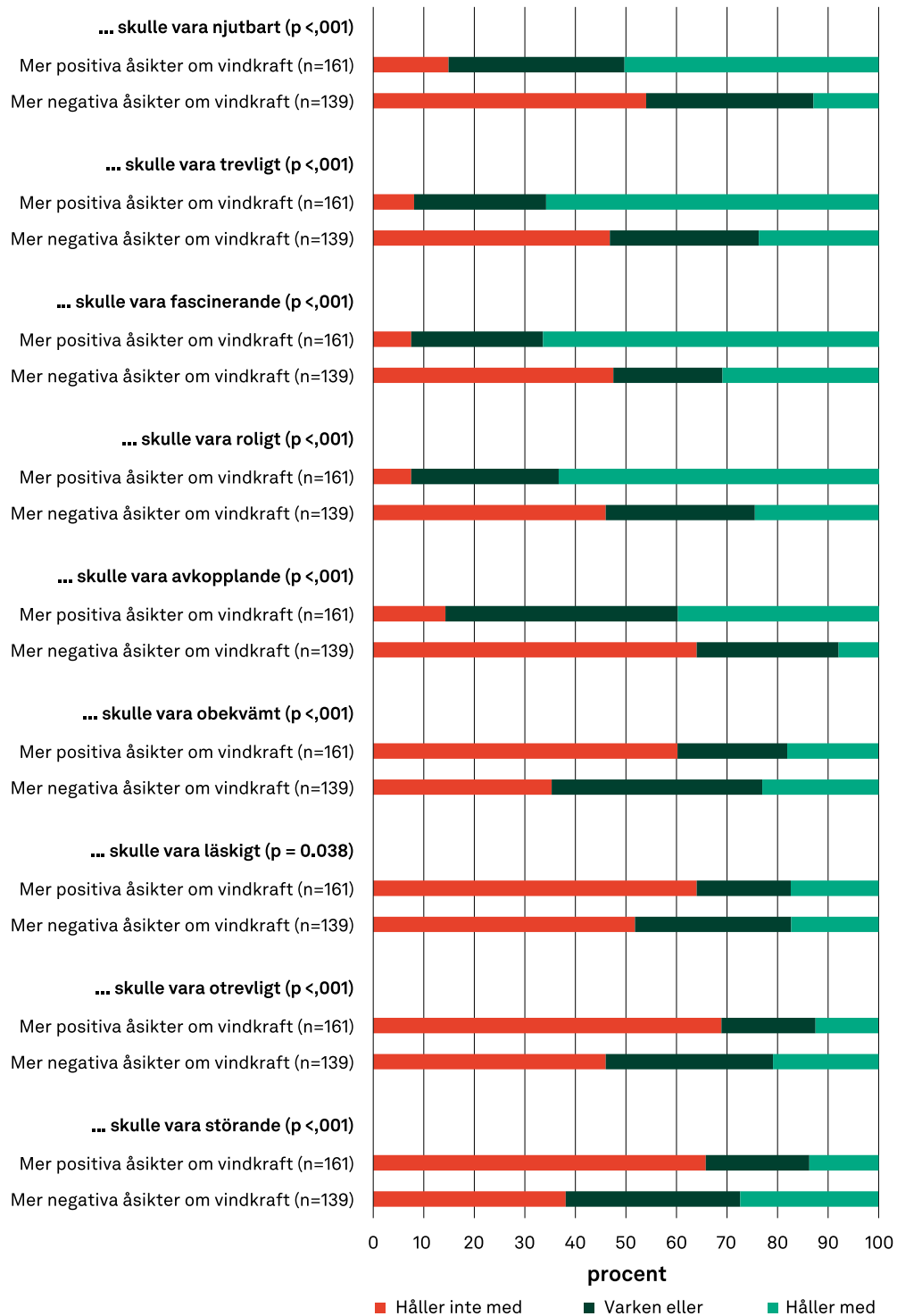
I figur 37 jämför vi attityderna till att besöka en vindkraftsanläggning på en destination mellan 1) respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft och dem med mer negativa åsikter om vindkraft samt mellan 2) respondenter med högre deltagande i vandring och tältning och dem med lägre deltagande i vandring och tältning. Totalt sett håller 71 procent av respondenterna med mer positiva åsikter om vindkraft och 57 procent av respondenterna med högre deltagande i vandring och tältning i varierande omfattning med om att ett vindkraftverk som är tillgängligt för besökare kan bli en lockande attraktion och en viktig anledning för en resa till en destination. Detta kan jämföras med att 26 procent i grupperna med mer negativa åsikter om vindkraft och 43 procent av respondenterna med lägre deltagande i vandring och tältning höll med om detta påstående.



Figur 37. Attityd till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion på en destination baserat på åsikter om vindkraft och deltagande i vandring och tältning.

I figur 38 och 39 ser vi olika samband mellan grupperingsvariablerna kopplat till 1) åsikter om vindkraft och 2) deltagande i vandring och tältning och attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi. Sambandet är statistiskt signifikant ($< 0,005$) för alla de aspekter av attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion som vi har jämfört mellan respondenterna med mer positiva och mer negativa åsikter om vindkraft. 67 procent av respondenterna med mer positiva åsikter om vindkraft håller med om att det skulle vara fascinerande att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion. Detta kan jämföras med 31 procent av respondenterna som har mer negativa åsikter om vindkraft. 14 procent av respondenterna med mer positiva åsikter om vindkraft håller med om att det skulle vara störande. Detta kan jämföras med 27 procent i gruppen med negativa åsikter om vindkraft.

Att besöka vindkraftverk och lära sig mer om förnybar energi...



Figur 38. Sambandet mellan åsikter om vindkraft och attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi.

Att besöka vindkraftverk och lära sig mer om förnybar energi...



Figur 39. Sambandet mellan deltagande i vandring och tältning och attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi.

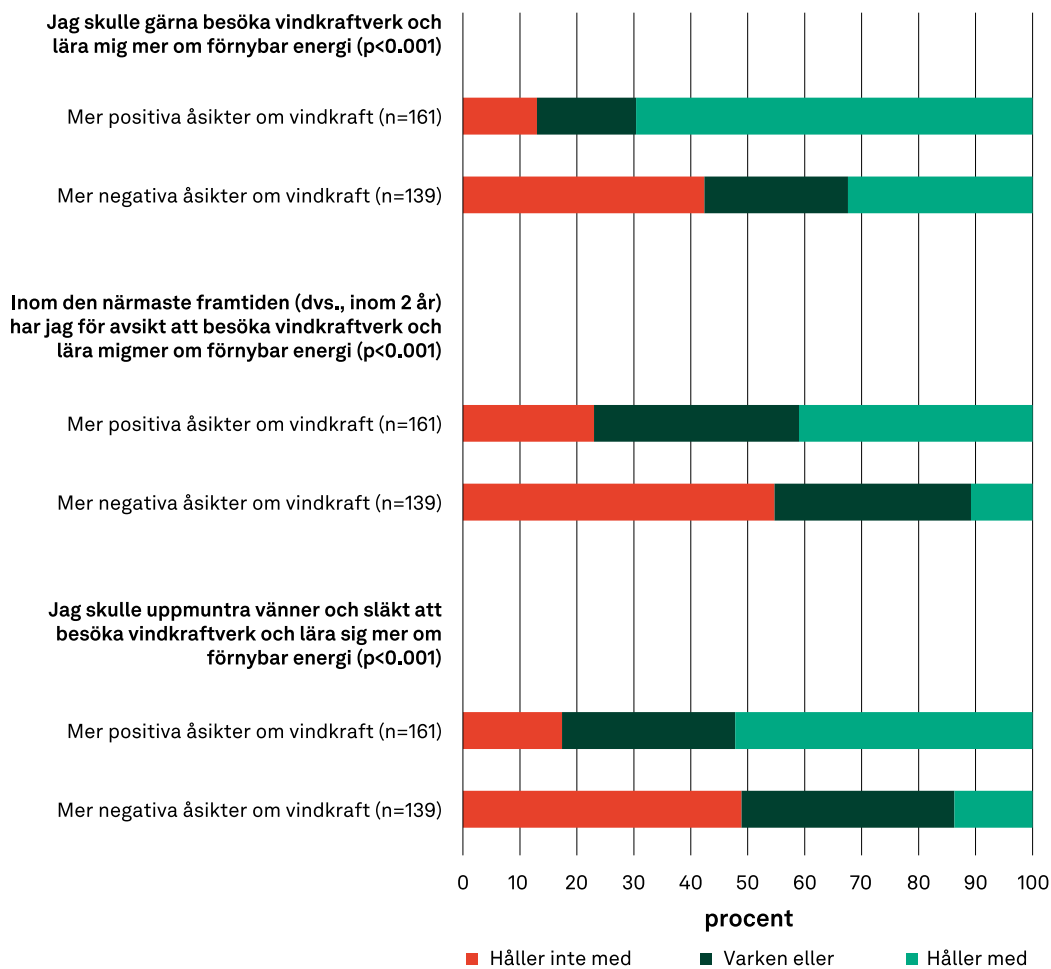
Sambanden mellan deltagande i vandring och tältning och positiva attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion (dvs. för de attitudinella aspekterna njutbart, trevligt, fascinerande, roligt och avkopplande) är statistiskt signifikant ($< 0,005$). Det föreligger dock inget signifikant samband mellan att delta i vandring och tältning och tre av de fyra påståenden som återspeglar negativa attityder till att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion (dvs. sambandet är signifikant enbart för den attitudinella aspekten ”obekvämt”) (se figur 40).

Av respondenterna med högre grad av deltagande i vandring och tältning anger 60 procent att det skulle vara fascinerande att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion. Detta kan jämföras med att 40 procent av respondenterna i gruppen med lägre deltagande i vandring och tältning anger att det skulle vara fascinerande att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion.

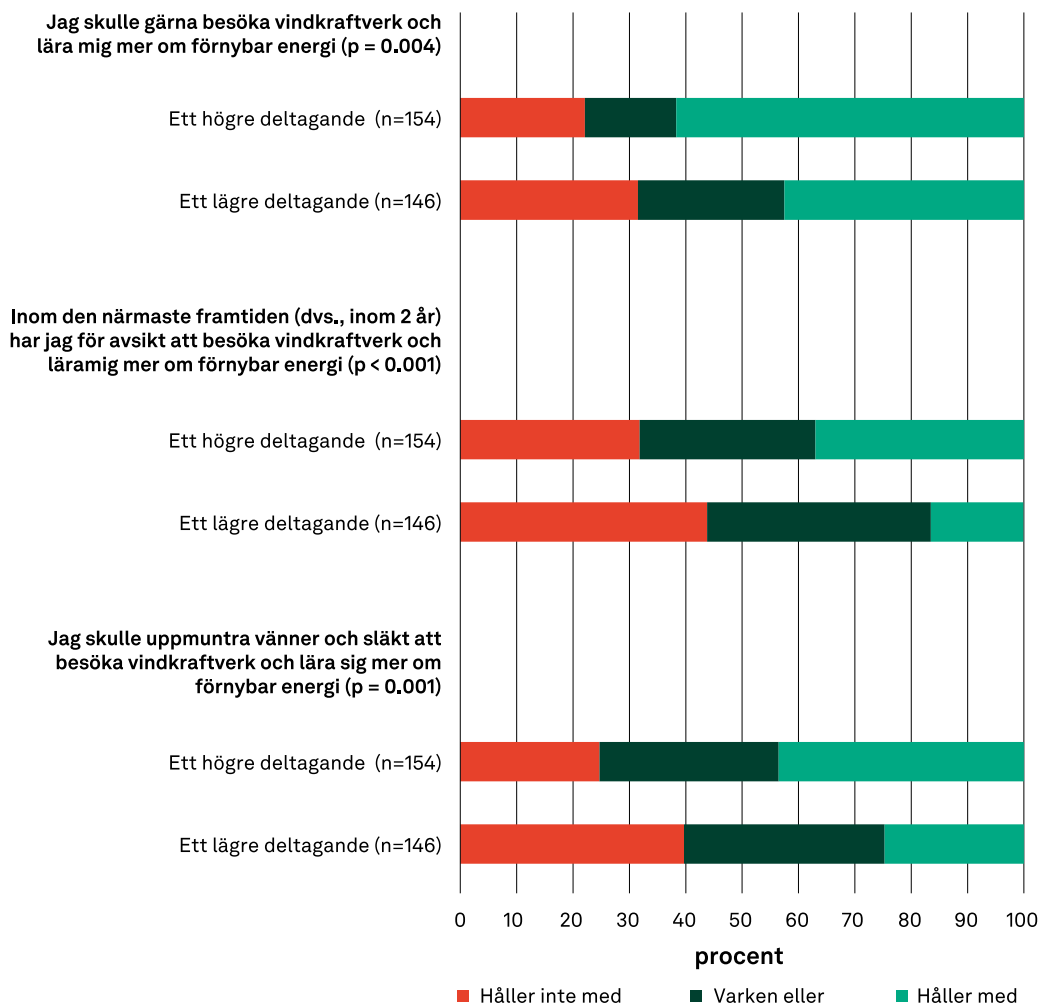
Figur 40 visar sambandet mellan åsikter om vindkraft och beteendeintentioner att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi. Vi ser att 70 procent av respondenterna i gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft gärna skulle besöka en vindkraftsanläggning och lära sig mer om förnybar energi. 50 procent skulle rekommendera andra att göra detta. Detta kan jämföras med gruppen respondenter med mer negativa åsikter om vindkraft där 32 procent gärna skulle besöka en vindkraftsanläggning och lära sig mer om förnybar energi och 14 procent skulle rekommendera andra att göra det. I gruppen med mer negativa åsikter om vindkraft skulle 42 procent av respondenterna inte vilja besöka en vindkraftsanläggning och 49 procent skulle inte rekommendera andra att besöka en sådan anläggning. Detta kan jämföras med gruppen med mer positiva åsikter om vindkraft, där endast 13 procent inte skulle besöka anläggningen och 17 procent inte skulle rekommendera andra att göra det.

Figur 41 visar jämförelser mellan respondenter med högre respektive lägre grad av deltagande i vandring och tältning. I gruppen med högre deltagande i vandring och tältning skulle 62 procent vilja besöka en vindkraftsanläggning. 44 procent skulle rekommendera andra att göra detta. Detta kan jämföras med gruppen med lägre deltagande där 43 procent skulle vilja besöka en vindkraftsanläggning och 25 procent skulle rekommendera andra att besöka en sådan anläggning. I gruppen med lägre deltagande skulle 40 procent av respondenterna inte rekommendera släkt och vänner att besöka en vindkraftsanläggning och 32 procent av dem skulle inte själva vilja besöka en sådan anläggning. Detta kan jämföras med gruppen med högre deltagande där 25 procent av respondenterna inte skulle rekommendera släkt och vänner att besöka en vindkraftsanläggning och 22 procent av dem inte själva skulle vilja besöka en sådan anläggning.

Totalt sett visar resultaten på att det finns en potentiell marknad för energiturism på destinationer. Intresset för att besöka en vindkraftsanläggning är nära kopplat till de potentiella besökarnas åsikter om vindkraft. Detta intresse är märkbart högre bland de potentiella besökare som deltar mer aktivt i utomhusaktiviteter som vandring och tältning. Resultaten visar hur de påståenden som används för att utvärdera attityden till konsumtion och beteendeintention kan anpassas och utvärderas vidare utifrån de faktiska förutsättningarna för verkliga destinationer.



Figur 40. Sambandet mellan åsikter om vindkraft och beteendeintentioner att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi.



Figur 41. Sambandet mellan deltagande i vandring och tältning och beteendeintentioner att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion och lära sig mer om förnybar energi.

5. Slutsats

I det här projektet utformade och testade vi ett bedömningsverktyg för att ta upp farhågor som genomgående framförs av lokala intressenter i svenska kommuner. Dessa farhågor gäller hur vindkraftsinfrastrukturen skulle kunna påverka naturområdets attraktivitet för besökare och uppfattningen att den skulle kunna avskräcka vissa turistsegment från att besöka området. Det är absolut nödvändigt att framhålla att det primära resultatet från vår studie är det nyutvecklade enkäten. Detta verktyg ger ett helhetsperspektiv på det uppfattade värdet av turismupplevelsen på destinationer där det finns synlig vindkraftsinfrastruktur i naturområden. För att bedöma enkätens validitet tillämpade vi det på en ospecificerad destination och använde en paneldatabas från enkätplattformen Netigate. Även om studiens testresultat är i linje med tidigare forskning och projektets kvalitativa resultat, bör de beaktas med försiktighet. I det här avslutande avsnittet sammanfattar vi enkätens egenskaper, tar upp potentiella begränsningar med studiens resultat och ger rekommendationer om hur enkäten skulle kunna anpassas för specifika destinationskontexter. Vi diskuterar även behovet av intressentdialog och transparent kommunikation inom turism och vindkraftsutveckling.

RESULTATANALYS

Resultaten avseende åsikter om vindkraft bland våra respondenter bekräftar resultaten från den kvalitativa studie som genomfördes i början av projektet. De främsta teman och aspekter som identifierats under analysen av kvalitativa data var starkt framträdande även efter analysen av kvantitativa data. Teman: habituering till vindkraftsinfrastruktur, associering av vindkraftsinfrastruktur till hållbarhet, farhågor om att vindkraftsinfrastrukturen kan inverka negativt på naturområden och den sociala kontextens betydelse för att förstå åsikter om vindkraft. En viktig sak är att de kvantitativa enkätresultaten särskilt visar vilken betydelse som åsikterna om vindkraft har för att forma attityder, förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet och beteendeintentioner när det gäller att fatta beslut om att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur som är synlig under turismupplevelsen i naturområden.

I tidigare forskning har deltagande i en utomhusaktivitet kopplats till en benägenhet att stödja miljövänliga initiativ, då friluftsmännskor och turister i naturområden ofta strävar efter att minska förstörelsen av ekosystem eftersom de uppskattar naturliv, växter och djur. Vår kvalitativa studie tyder dessutom på att turister är mindre benägna att lägga märke till vindkraftverk i naturlandskap när de deltar i fysiskt krävande utomhusaktiviteter. När enkäten testades visade resultaten även att turister som deltar mer i utomhusaktiviteter, såsom vandring och tältning, har mer positiva åsikter om vindkraftsutveckling och vindkraftens påverkan på natur och samhälle. Denna grupp har också en mer positiv attityd till att besöka destinationer där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden och är även mer benägna att besöka sådana destinationer. Turister som deltar mer aktivt i vandring och tältning uttrycker också högre grader av förväntad stolthet kopplad till beslutet att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur och högre grader av förväntad skuldmedvetenhet om de skulle besluta att inte besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur.

Tillämpningen av skalan för det uppfattade värdet i samband med turismupplevelsen i naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur indikerar att respondenter med mer positiva åsikter om vindkraft även lägger större värde vid emotionella och epistemiska, spirituella och hållbarhetsrelaterade faktorer. Respondenter som har högre nivåer av spirituellt värde och som sätter mer värde på en hållbar destination är sannolikt också mer benägna att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Våra resultat visar att samtliga värde dimensioner (dvs. emotionella och epistemiska värden, spirituellt värde samt destinationens hållbarhets värde) är positivt kopplade till avsikten att rekommendera släkt och vänner att besöka en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden.

Slutligen tog vi upp frågan om det växande intresset för energiturism som en typ av hållbar turismupplevelse och undersökte attityder och intentioner när det gäller att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion. Resultaten bekräftar den diskussion som nu håller på att växa fram inom vetenskapslitteraturen om energiturism och visar på att det finns ett intresse för att besöka en vindkraftsanläggning hos omkring hälften av respondenterna i vår enkät. Detta positiva intresse för att besöka en vindkraftsanläggning som del av en turismupplevelse är dock nära kopplat till att ha en positiv åsikt om vindkraft. Gruppen med respondenter som deltar mer aktivt i utomhusaktiviteter, såsom vandring och tältning, visade dessutom en högre grad av intresse och en mer positiv attityd när det gäller att besöka vindkraftsanläggningar som del av en turismupplevelse.

BEDÖMNINGSVERTYGET – SAMMANFATTNING

Enkäten utformades genom flera olika faser. Vi använde oss av en litteraturöversikt, kvalitativ forskning och aktuell tillämpad forskning inom turism och hållbart konsumentbeteende. Vi integrerade viktiga aspekter av miljövänligt och ansvarsfullt turismbeteende i vår enkät, inklusive attityden till miljövänlig och ansvarsfull konsumtion, förväntade känslor av stolthet och skuldmedvetenhet kopplade till besluten att agera eller inte agera miljövänligt och ansvarstagande och miljövänliga och ansvarstagande beteendeintentioner. Vi anpassade dessa aspekter till kontexten med vindkraftsinfrastruktur i naturområden på destinationer genom att modifiera de mätskalor som använts i tidigare konsumentbeteendeforskning, så att vi kunde utvärdera attityder, förväntade känslor och beteendeintentioner specifikt vad gäller att besöka en destination där det finns sådan vindkraftsinfrastruktur i naturområden som turister kan se under sitt besök. I enkäten ombeds respondenterna överlag att tänka på relevanta aspekter av sin profil och erfarenhet av utomhusaktiviteter, avsiktligt beteende, miljövänliga och samhällsvänliga synsätt, förtroende för hållbarhet samt tidigare erfarenhet av vindkraftsinfrastruktur.

För att ge respondenterna bättre kännedom om en destination där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden tog vi fram en kort film som vi kunde visa för dem. I denna korta film stöter de på vindkraftsinfrastruktur som en del av en två dagars turismupplevelse i ett naturområde. Denna korta film förstärkte resultatens validitet eftersom den säkerställde att respondenterna hade upplevt det undersökta scenariot innan de utvärderade påståenden om detta scenario. De observationer som genomförts på olika destinationer i Sverige under projektets kvalitativa fas var avgörande för utvecklingen av denna korta film. Något annat som också var mycket värdefullt för arbetet med att producera filmen var samråden

med aktörer inom vindkraftssektorn samt med forskare som har expertis inom landskapsekologi och konsumentbeteende i fråga om turism. På samma sätt valde vi ut de foton som inkluderades i den korta filmen på basis av våra kvalitativa observationer och samråd med experter samt på basis av vår visuella analys av Instagram-bilder som tyska och svenska användare hade lagt ut av vindkraftverk i Sverige.

Totalt sett omfattar bedömningsverktyget följande tre grundkomponenter:

- **Åsikter om vindkraft hos turister som besöker destinationer där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden.** Vi utformade påståendena för att bedöma respondenternas åsikter om detta genom att analysera våra kvalitativa intervjudata i syfte att identifiera relevanta aspekter som påverkar åsikterna om vindkraft hos turister som besöker destinationer där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturområden. Med data från enkäten om turisternas åsikter om vindkraft kan vi identifiera respondenter som är mer för vindkraft och respondenter som har mer negativa åsikter om vindkraft. Detta gör det möjligt för oss att testa sambandet mellan åsikter om vindkraft och andra variabler som påverkar turismupplevelsen i naturområden.
- **Uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur.** Vi använder emotionella, epistemiska och eudaimoniska värdeskalor som har utvecklats genom tidigare forskning om upplevelsevärde i samband med naturbaserad turism och friluftsliv för att mäta dimensioner av det uppfattade värdet av turismupplevelsen i naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur. Detta innebär att vår enkät kan testa hur värden som självreflektion, avkoppling, landskapsestetik, fysisk aktivitet, lärande, anknytning till naturen osv. påverkar turismupplevelsen på destinationer där det finns vindkraftsinfrastruktur i naturen. Utöver detta vidareutvecklade vi också mätningen av uppfattat värde genom att lägga till en faktor som vi kallade värde-dimensionen ”hållbar destination”. Vi utvecklade faktorn hållbar destination genom att använda tidigare forskning som mätte altruistiska och etiska aspekter av turistkonsumentvärde.
- **Attityder och intentioner när det gäller att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion.** I och med att det blir allt fler installationer för förnybar energi runtom i världen utvecklas också energiturism som en ny nischmarknad inom turismen. För att integrera denna trend i vår enkät tog vi fram ett antal påståenden för att utvärdera attityder och intentioner vad gäller att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion.

Enkäten testades på en panel och resultaten visar överlag att skalorna – som har ändrats och utvecklats för att vara relevanta för kontexten att uppleva vindkraftsinfrastruktur i naturområden på destinationer – är tillämpliga. Som del av den kvantitativa dataanalysen har vi testat sambanden mellan olika element i den konceptuella modell som mäts av enkäten. Sambanden mellan dessa element är signifikanta och teoretiskt stabila, vilket indikerar enkätens nomologiska validitet. De delar av frågeformuläret som inte ingick i analysen (t.ex. miljövänliga åskådningar och förtroende för destinationens hållbarhet) kan undersökas vidare för att ge en mer nyanserad bild av de mekanismer som formar attityder, beteendest intentioner och uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden med vindkraftsinfrastruktur. Dessa djupgående resultat kommer att presenteras i de uppföljande publikationerna.

BEDÖMNINGSVERTYGETS BEGRÄNSNINGAR

Det finns metodbegränsningar som bör beaktas. För det första finns det alltid en risk för snedfördelning kopplat till social önskvärdhet i enkäter som gäller miljövänliga attityder och beteenden. Respondenter kan ha lämnat sådana svar som de uppfattar som socialt önskvärda och inte återspeglar deras verkliga åsikter eller beteenden. Detta systematiska fel kan påverka validiteten för egenrapporterade data. För det andra innebär den korta film som tagits fram för att förbättra respondenternas kännedom också ett potentiellt systematiskt fel. De visuella stimuli som tillhandahålls i filmen kan påverka respondenternas åsikter och attityder och kan eventuellt leda till en överskattning av positiva uppfattningar kopplade till vindkraftsinfrastruktur. För det tredje integrerar studien visserligen kvalitativa och kvantitativa metoder till en forskningsdesign med blandade metoder, men utgår i hög grad från enkätdata för sina rekommendationer. En mer omfattande förståelse av turisternas åsikter, perspektiv och erfarenheter i fråga om vindkraftsinfrastruktur i naturområden skulle kunna uppnås genom att komplettera enkäten med ytterligare kvalitativa metoder, såsom djupintervjuer eller diskussioner med fokusgrupper.

Studien inriktas på destinationer i Sverige där vindkraftsinfrastruktur är synlig för turister som semesterar och reser i naturområden. Detta innebär att studien mestadels fokuserade på turismupplevelser i naturen där man kan ägna sig åt rekreationsaktiviteter som tältning och vandring. Resultaten är kanske inte så enkla att tillämpa på olika geografiska eller kulturella kontexter eftersom enkäten har utvecklats specifikt för att bedöma denna typ av kontext. Bedömningsverktyget som har utvecklats i detta projekt är därför främst tillämpligt i samband med landsbygdsdestinationer med glesbefolkade områden och skogslandskap. Det är viktigt att beakta kontextuella faktorer när resultaten tolkas och tillämpas för andra typer av regioner. Enkäten skulle behöva anpassas till andra kontexter (dvs. marina landskap, arktiska landskap osv.) för att generera resultat som är relevanta för sådana kontexter. Det finns ett brett intresse för att utveckla vindkraftsinfrastruktur ute till havs, men så som vårt enkät är utvecklat lämpar det sig inte för att bedöma det uppfattade värdet av turismupplevelsen i marina landskap. Vi presenterar även generella resultat avseende energiturism. I studien diskuteras framväxande trender inom energiturism, särskilt att besöka vindkraftsanläggningar. Möjligheten att generalisera resultaten till andra former av energiturism eller olika typer av förnybara energikällor behandlas inte uttryckligen.

Läsare måste även vara medvetna om att det är begränsad kausalitetsinferens. Även om studien identifierar kopplingar mellan variabler är det en utmaning att fastställa kausalitet. Enkätens tvärsnittliga karaktär begränsar möjligheterna att dra definitiva slutsatser om orsakssambanden mellan åsikter, beteenden och andra variabler. Även om enkäten enligt studien ska ha nomologisk validitet, kan det dessutom fortfarande förekomma utforskade aspekter eller potentiella systematiska fel i de mätskalor som används för att bedöma attityder, känslor och intentioner.

ANPASSNING AV ENKÄTEN TILL SPECIFIKA KONTEXTER

För att bedöma enkätens validitet tillämpade vi det på en ospecificerad destination och använde en paneldatabas från enkätplattformen Netigate. Praktiskt verksamma som vill undersöka turisternas värdeupplevelse på specifika destinationer måste göra vissa ändringar i enkäten innan de tar den i drift för att säkerställa att den är relevant för den specifika kontext de vill undersöka. Följande anpassningar kan behöva göras:

- **Den korta filmen om en destination.** I enkäten använder vi en kort film med foton, text och ljudberättande för att testa vindkraftverkens visuella påverkan på turismupplevelsen i naturområden. Denna korta film utvecklades i samarbete med experter från vindkraftssektorn. Filmen illustrerar möten med vindkraftverk på varierande avstånd under en två dagars vandringsresa både under transporten till vandringsområdet och under själva vandringsresan. För att ytterligare anpassa enkäten till en specifik destination kommer det att krävas ytterligare samarbete mellan vindkraftssektorn, offentliga tjänstemän och turistdestinationens intressenter för att ta fram en kort film som återspeglar egenskaperna för just denna destination. Detta samarbete är särskilt viktigt för valet av visuella markörer som på lämpligt sätt representerar turismupplevelsen i ett specifikt naturområde och de faktiska mötena med vindkraftverk som sannolikt kan uppstå på den specifika destinationen.
- **Beskrivning av turismupplevelsen.** Hur enkäten anpassas och dess resultat tillämpas på en destination kommer att vara beroende av att det finns en nyanserad förståelse av hur förekomsten av vindkraftsinfrastruktur påverkar de olika stadierna av turismupplevelsen i naturområden. Turismupplevelsen bildas genom förväntningar som formas av olika informationskällor, däribland kommunikations- och marknadsföringsbudskap från destinationen, upplevelser på plats och utvärderingar efter resan. Praktiskt verksamma som tar enkäten i drift behöver därför skaffa sig en tydlig bild av de specifika komponenter (dvs. fysisk infrastruktur och information) som turister möter på den aktuella destinationen för att anpassa frågor och påståenden på ett relevant sätt. Turisternas möten med destinationen omfattar olika informationskällor före och under resan, bokningskanaler, transport till och på destinationen, boende, mat, aktiviteter, användning av sociala medier osv. Utöver att ha sett vindkraftverk i fysisk form på destinationen kan turisten ha sett nyheter om vindkraftsutveckling på destinationen, stött på vindkraftsbilder på destinationens webbplats eller ha lagt ut egna foton med vindkraftverk via sociala medier. I denna studie använder vi den korta filmen för att modellera dessa möten. Beskrivningen av turismupplevelsen behöver anpassas till den faktiska destinationens egenskaper. När enkäten anpassas till kontexten för en specifik destination kan enkätdeltagarna (faktiska eller potentiella turister) få specifika frågor om olika aspekter som rör upplevelsens karaktär (dvs. information, transporter, boende, mat, aktiviteter, landskap, atmosfär osv.) för att dra sig till minnes och jämföra hur det påverkade det uppfattade värdet av att stöta på vindkraft.

- **Segmentering av turister.** En viktig aspekt av enkäten är att det på ett effektivt sätt kan skilja mellan olika turistsegment som sannolikt kan stöta på vindkraftsinfrastruktur som en del av sin turismupplevelse. Studiens generella resultat pekar på att det skulle vara relevant att segmentera enkätdeltagarna efter aktiviteter för att bedöma det uppfattade värdet av turismupplevelsen i naturområden med vindkraftsinfrastruktur. För att anpassa enkäten till en specifik destination behöver profilfrågorna om deltagarna formuleras utifrån den kunskap om olika turistsegment som redan finns.
- **Frågor om energiturism.** Vi inkluderade bilder av en vindkraftsrukt och informationsdiskar på en vindpark för att illustrera en vindenergiinriktad turistattraktion på en destination inom ramen för den korta filmen om vandringsturen på två dagar. I den nuvarande versionen av enkäten integreras frågor om allmänintresset för att besöka en vindkraftsanläggning som turistattraktion. När enkäten tillämpas i praktiken bör det övervägas om det finns några sådana anläggningar på destinationen och hur dessa är byggda (t.ex. utsiktsplatser med informationstavlur, utställningar och guidade turer) innan man inkluderar frågor om energiturism i enkäten. Anpassningen av enkäten kan innebära att befintliga frågor formuleras om och att enkäten kompletteras med bild- och textmaterial så att frågorna gäller specifika attraktioner som redan finns eller planeras på destinationen. Alternativt kan enkäten användas för att identifiera rekommendationer till projekt för vindenergiturism. Genom att tillämpa verktyget kan man bedöma intresset för olika segment och potentiell påverkan på det uppfattade värdet av turismupplevelsen och destinationens attraktivitet.
- **Frågor om samhällsfördelar.** Vi utformade enkäten så att man specifikt skulle kunna testa turisternas uppfattning om betydelsen av att vindkraftssektorn ger tillbaka till lokalsamhällena. Den korta filmen i enkäten återger en scen där turister får information om en vindpark och hur den bidrar till lokal infrastruktur och samhällsutveckling. I den korta filmen anges specifikt att vindparken varje år bidrar med pengar till underhåll av stigar och leder i området och att föreningar som är aktiva i området även kan ansöka om stöd till sina aktiviteter från vindkraftsparkens medel för samhällsutveckling. Vindkraftssektorns kommunikation måste ta upp samhällets farhågor och lyfta fram vindkraftsinfrastrukturens potentiella positiva sociala påverkan, bland annat på turismekonomin. När enkäten anpassas till en specifik destinationskontext föreslår vi därför att det beaktas hur turismens upplevelsevärde faktiskt påverkas av vindkraftsutvecklingen och det praktiska genomförandet av ersättningssystem. Detta skulle kunna göras genom att man anpassar de visuella och textuella markörerna till den faktiska destinationens kontext, så att den information som finns tillgänglig på destinationen bedöms. Alternativt skulle enkäten kunna innehålla specifika frågor om lokala ersättningssystem och vindkraftsinfrastrukturens bidrag till den lokala utvecklingen.

INTRESSENTDIALOG OCH TRANSPARENT KOMMUNIKATION

Intressentdialog mellan praktiker inom turism, offentliga tjänstemän och vindkrafts-sektor bör utgöra en integrerad del av hållbarhetsagendan för destinationer som tar itu med globala och lokala utmaningar i fråga om utveckling och klimatanpassning. När det gäller vindkraftsutveckling bör turismintressenter öppet ta upp en rad olika frågor, såsom:

- Vilka är de definierande egenskaperna för en destination som erbjuder möjligheter till hållbara turismupplevelser i naturområden?
- Vilka är de definierande egenskaperna för turister som är intresserade av hållbara turismupplevelser i naturområden?
- Vilken roll spelar förekomsten av vindkraftsinfrastruktur i naturområden för tillhandahållandet av hållbara turismupplevelser på en destination?
- Hur kommunicerar en destination till turister att det finns vindkraft i natur-områden för att stödja tillhandahållandet av hållbara turismupplevelser och främja hållbarhetsomställningar?
- Vilken typ av fördelar innebär en destinations vindkraftsinfrastruktur för samhällen och specifikt för möjligheten att uppleva naturområden (t.ex. i form av förbättrad tillgänglighet, utökad säkerhet till följd av bättre mobiltäckning, användning av ersättningsystem för att utveckla turisminfrastruktur såsom leder och skyltning) och hur kommuniceras dessa fördelar till turister före och under deras vistelse?
- Vilken negativ påverkan kan vindkraftsinfrastrukturen få på naturområden och lokalsamhällets välbefinnande? Vilka insatser kan göras för att begränsa denna negativa påverkan och hur kommunicerar destinationen denna påverkan och dessa begränsningsinsatser till turister?

Sammantaget pekar våra resultat på att turister i naturområden generellt sett är medvetna och uppskattande när det gäller sambandet mellan vindkraft, klimatförändring och hållbar utveckling. Turismintressenter på destinationer med vindkraftsinfrastruktur bör därför inte vara rädda för att kommunicera till turister att det förekommer vindkraftsinfrastruktur i naturområdena och vilken påverkan den har (om lämpligt också påverkan på lokal miljö och samhällets välbefinnande). I sin vardag möter turister motsägelsefull information om vindkraftsutveckling genom medier och informella kontakter. Om det inte finns någon transparent information om förekomsten av vindkraftsinfrastruktur på en destination, kommer turister som ser vindkraftsinfrastruktur i stället att dra sina egna slutsatser utifrån motsägelsefull och fragmenterad information.

Transparent kommunikation om vindkraftsutvecklingens hållbarhetsaspekter och fördelar kan vara avgörande för att förbättra upplevelsen hos turister som besöker naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur. Det finns även ett behov av att ta upp farhågor om vindkraftsinfrastrukturens negativa påverkan. I kommunikationsstrategier bör man specifikt ta upp farhågor om vindkraftsinfrastrukturens negativa påverkan på naturområden och närliggande samhällsutveckling. Vindkraftssektorn har framför allt ett ansvar att tillhandahålla information om de åtgärder som vidtas för att minimera miljöpåverkan och lyfta fram hur vindkraften totalt sett bidrar positivt till hållbarhet.

Eftersom våra resultat visar att det finns ett intresse för energiturism föreslår vi att vindkraftssektorn skulle kunna överväga att samarbeta med lokala intressenter för att marknadsföra vindkraftsanläggningar som turistattraktioner. Det är dock viktigt att notera att turisternas intresse för att besöka vindkraftsanläggningar har ett nära samband med att ha en positiv åsikt om vindkraft. Utvecklingen av energiturism kan skapa möjligheter till kommunikation och utbildning. Vindkraftssektorn kan gå i frontlinjen för att kommunicera vindkraftens positiva aspekter och bemöta farhågor om dess negativa påverkan. Detta innebär att utbilda allmänheten om vindkraftsprojektens miljöfördelar, hållbarhetsegenskaper och bidrag till samhället. Här är det viktigt att vindkraftssektorn bör inleda sådana aktiviteter i samarbete med turismsektorn och samhällsaktörer. Samarbetet med turismsektorn skapar en möjlighet att integrera vindkraftsinfrastruktur i turismupplevelsen i naturområden. Vindkraftssektorn och turismsektorn kan samarbeta för att skapa utbildningsmaterial, guidade turer och interaktiva upplevelser som visar vindkraftens positiva aspekter.

Det kommer att vara helt avgörande att samarbeta med lokalsamhällen för att förstå och bemöta farhågor om vindkraftsinfrastrukturens påverkan på lokalinvånarnas välbefinnande och tillgång till naturområden. Att involvera lokalinvånare och samhällsgrupper i initiativ för hållbar turismutveckling kan bidra till positiva attityder till turismupplevelsen i naturområden där det finns vindkraftsinfrastruktur. Ofta har lokalsamhällen mycket negativa uppfattningar om att det förekommer vindkraftsinfrastruktur i omgivningen. Dessa negativa åsikter bör nyanseras eftersom många människor grundar sin åsikt om vindkraftsinfrastruktur på vad de tror att besökare upplever när de ser den. Även om det finns få belägg för att vindkraftsinfrastruktur i slutänden avskräcker turister från att besöka eller njuta av naturområden, bör man ta samhällets farhågor om bevarandet av de lokala landskapen på allvar. Alla intressenter måste vara medvetna om den lokala kontextens betydelse för att bilda sig en åsikt om vindkraftsutveckling.

6. Källhänvisning

- Ahn, J., & Thomas, T. K. (2020). The role of customers' perceived values of integrated resort brands in destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, *15*, 100403.
- Aitken, M. (2010). Wind power and community benefits: challenges and opportunities. *Energy Policy*, *38*(10), 6066–6075.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In: J. Kuhl & J. Beckmann, J. (Eds) *Action Control. SSSP Springer Series in Social Psychology* (pp. 11–39). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Alsuwaidi, M., Eid, R., & Agag, G. (2022). Tackling the complexity of guests' food waste reduction behaviour in the hospitality industry. *Tourism Management Perspectives*, *42*, 100963.
- Ashraf, M. S., Hou, F., Kim, W. G., Ahmad, W., & Ashraf, R. U. (2020). Modeling tourists' visiting intentions toward ecofriendly destinations: Implications for sustainable tourism operators. *Business Strategy and the Environment*, *29*(1), 54–71.
- Beer, M., Rybár, R., & Kaľavský, M. (2018). Renewable energy sources as an attractive element of industrial tourism. *Current Issues in Tourism*, *21*(18), 2139–2151.
- Bell, D., Gray, T., Haggett, C., & Swaffield, J. (2013). Re-visiting the 'social gap': public opinion and relations of power in the local politics of wind energy. *Environmental Politics*, *22*(1), 115–135.
- Bidwell, D. (2017). Ocean beliefs and support for an offshore wind energy project. *Ocean & Coastal Management*, *146*, 99–108.
- Bidwell, D. (2023). Tourists are people too: nonresidents' values, beliefs, and acceptance of a nearshore wind farm. *Energy Policy*, *173*, 113365.
- Bidwell, D., Firestone, J., & Ferguson, M. D. (2022). Love thy neighbor (or not): Regionalism and support for the use of offshore wind energy by others. *Energy Research & Social Science*, *90*, 102599.
- Bishop, I. D., & Miller, D. R. (2007). Visual assessment of offshore wind turbines: the influence of distance, contrast, movement and social variables. *Renewable Energy*, *32*(5), 814–831.
- Boo, S., Busser, J., & Baloglu, S. (2009). A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations. *Tourism Management*, *30*(2), 219–231.
- Borch, K. (2018). Mapping value perspectives on wind power projects: The case of the Danish test centre for large wind turbines. *Energy Policy*, *123*, 251–258.

- Bridge, G., Bouzarovski, S., Bradshaw, M., & Eyre, N. (2013). Geographies of energy transition: Space, place and the low-carbon economy. *Energy Policy*, *53*, 331–340.
- Brittan Jr, G. G. (2001). Wind, energy, landscape: reconciling nature and technology. *Philosophy & Geography*, *4*(2), 169–184.
- Broekel, T., & Alfken, C. (2015). Gone with the wind? The impact of wind turbines on tourism demand. *Energy Policy*, *86*, 506–519.
- Brownlee, M. T., Hallo, J. C., Jodice, L. W., Moore, D. D., Powell, R. B., & Wright, B. A. (2015). Place attachment and marine recreationists' attitudes toward offshore wind energy development. *Journal of Leisure Research*, *47*(2), 263–284.
- Brudermann, T., Zaman, R., & Posch, A. (2019). Not in my hiking trail? Acceptance of wind farms in the Austrian Alps. *Clean Technologies and Environmental Policy*, *21*, 1603–1616.
- Brune, S., Knollenberg, W., Stevenson, K. T., Barbieri, C., & Schroeder-Moreno, M. (2021). The influence of agritourism experiences on consumer behavior toward local food. *Journal of Travel Research*, *60*(6), 1318–1332.
- Bues, A. (2020). *Social Movements against Wind Power in Canada and Germany: energy policy and contention*. London: Routledge.
- Butler, K., Gordon, R., Roggeveen, K., Waitt, G., & Cooper, P. (2016). Social marketing and value in behaviour? Perceived value of using energy efficiently among low income older citizens. *Journal of Social Marketing*, *6*(2), 144–168.
- Buzova, D., Cervera-Taulet, A., & Sanz-Blas, S. (2020). Exploring multisensory place experiences through cruise blog analysis. *Psychology and Marketing*, *37*(1), 131–140.
- Callegaro, M., Baker, R., Bethlehem, J., Göritz, A. S., Krosnick, J. A., & Lavrakas, P. J. (2014). Online panel research. *Online Panel Research: Data Quality Perspective*, *A*, 1–22.
- Carr-Harris, A., & Lang, C. (2019). Sustainability and tourism: the effect of the United States' first offshore wind farm on the vacation rental market. *Resource and Energy Economics*, *57*, 51–67.
- Cassin, M., & Zolin, B. (2009). Can wind energy make a real contribution to improve the quality of life of rural/remote areas? The European Union and India compared. *Transition Studies Review*, *16*(3), 735–754.
- Chekalina, T., Fuchs, M., & Lexhagen, M. (2018). Customer-based destination brand equity modeling: The role of destination resources, value for money, and value in use. *Journal of travel research*, *57*(1), 31–51.
- Chekalina, T., Fuchs, M., & Lexhagen, M. (2022). Customer-based Destination Brand Equity Model. In D. Buhalis (Ed.) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 742–744). MA, USA: Edward Elgar Publishing.
- Chirakranont, R., & Sakdiyakorn, M. (2022). Conceptualizing meaningful tourism experiences: Case study of a small craft beer brewery in Thailand. *Journal of Destination Marketing and Management*, *23*, 100691.
- Clarke, D., Murphy, C., & Lorenzoni, I. (2018). Place attachment, disruption and transformative adaptation. *Journal of Environmental Psychology*, *55*, 81–89.

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Dai, K., Bergot, A., Liang, C., Xiang, W. N., & Huang, Z. (2015). Environmental issues associated with wind energy – a review. *Renewable Energy*, 75, 911–921.

Dalton, G. J., Lockington, D. A., & Baldock, T. E. (2008). A survey of tourist attitudes to renewable energy supply in Australian hotel accommodation. *Renewable Energy*, 33(10), 2174–2185.

de Sousa, A. J. G., & Kastenholz, E. (2015). Wind farms and the rural tourism experience—problem or possible productive integration? The views of visitors and residents of a Portuguese village. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1236–1256.

Devine-Wright, P. (2011). Place attachment and public acceptance of renewable energy: a tidal energy case study. *Journal of Environmental Psychology*, 31(4), 336–343.

Ek, K., Persson, L., Johansson, M., & Waldo, Å. (2013). Location of Swedish wind power – random or not? A quantitative analysis of differences in installed wind power capacity across Swedish municipalities. *Energy Policy*, 58, 135–141.

Firestone, J., Kempton, W., & Krueger, A. (2009). Public acceptance of offshore wind power projects in the USA. *Wind Energy*, 12(2), 183–202.

Fortin, M. J., Dormaels, M., & Handfield, M. (2017). Impact des paysages éoliens sur l'expérience touristique. Enquête dans la péninsule gaspésienne (Québec, Canada). *Téoros*, 36(2).

Frantál, B., & Kunc, J. (2011). Wind turbines in tourism landscapes: Czech experience. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 499–519.

Frantál, B., & Urbánková, R. (2017). Energy tourism: an emerging field of study. *Current Issues in Tourism*, 20(13), 1395–1412.

Fredman, P., Ankre, R., & Chekalina, T. F. (2019). *Nationell undersökning av svenska folkets friluftsvanor*. Stockholm: Naturvårdsverket.

Fredman, P., & Margaryan, L. (2014). The supply of nature-based tourism in Sweden: A national inventory of service providers. Östersund: ETOUR.

Gallarza, M. G., & Gil Saura, I. (2020). Consumer value in tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 41–44.

Gallarza, M. G., Arteaga, F., Del Chiappa, G., Gil-Saura, I., & Holbrook, M. B. (2017). A multidimensional service-value scale based on Holbrook's typology of customer value: Bridging the gap between the concept and its measurement. *Journal of Service Management*, 28(4), 724–762.

García, J. A., Gómez, M., & Molina, A. (2012). A destination-branding model: An empirical analysis based on stakeholders. *Tourism Management*, 33(3), 646–661.

Gartner, W. C. (2000). Image. In: C. Cooper, & M. Hall (Eds.), *Contemporary tourism: an international approach* (pp. 223–229). London: Elsevier.

- Glasson, J., Durning, B., & Welch, K. (2022). The impacts of offshore wind farms (OWFs) on local tourism and recreation – evolving lessons from practice. *Journal of Energy and Power Technology*, 4(4), 1–19.
- Goudriaan, Y., Prince, S., & Strzelecka, M. (2023). A narrative approach to the formation of place attachments in landscapes of expanding renewable energy technology. *Landscape Research*, 48(4), 594–607.
- Graham, J. B., Stephenson, J. R., & Smith, I. J. (2009). Public perceptions of wind energy developments: case studies from New Zealand. *Energy Policy*, 37(9), 3348–3357.
- Gross, C. (2007). Community perspectives of wind energy in Australia: the application of a justice and community fairness framework to increase social acceptance. *Energy Policy*, 35(5), 2727–2736.
- Haggett, C. (2008). Over the sea and far away? A consideration of the planning, politics and public perception of offshore wind farms. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 10(3), 289–306.
- Haggett, C. (2011). Understanding public responses to offshore wind power. *Energy Policy*, 39(2), 503–510.
- Haggett, C. (2012). The social experience of noise from wind farms. In J. Szarka, R. Cowell, G. Ellis, P.A. Strachan, and C. Warren (Eds.) *Learning from wind power: governance, societal and policy perspectives on sustainable Energy* (pp. 153–173) London: Palgrave Macmillan.
- Hamilton, J. M. (2007). Coastal landscape and the hedonic price of accommodation. *Ecological Economics*, 62(3–4), 594–602.
- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: a review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042.
- Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatsos, I., Walker, C., Adams, M., & Kimbu, A. (2019). Active engagement with nature: outdoor adventure tourism, sustainability and wellbeing. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Heintzman, P. (2009). Nature-based recreation and spirituality: A complex relationship. *Leisure Sciences*, 32(1), 72–89.
- Holbrook, M. B. (2006). Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, 59(6), 714–725.
- Holbrook, M. B. (Ed.). (1999). *Consumer Value: a framework for analysis and research*. London: Routledge.
- Holloway, C. & Humphreys, C. (2022) *The Business of Tourism* (12th ed.). London: Sage Publications.
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: a review and research agenda. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1467–1486.
- Jobert, A., Laborgne, P., & Mimler, S. (2007). Local acceptance of wind energy: factors of success identified in French and German case studies. *Energy Policy*, 35(5), 2751–2760.

Johansen, P. H., Fisker, J. K., & Thuesen, A. A. (2021). 'We live in nature all the time': Spatial justice, outdoor recreation, and the refrains of rural rhythm. *Geoforum*, 120, 132–141.

Kalashnikova, Y. (2016). *The ABC of tourist attitudes towards wind industry in Skåne: affective, behavioral and cognitive dimensions*. Master's thesis. Lund University, Lund.

Kempton, W., Firestone, J., Lilley, J., Rouleau, T., & Whitaker, P. (2005). The offshore wind power debate: views from Cape Cod. *Coastal Management*, 33(2), 119–149.

Kim, H., & So, K. K. F. (2022). Two decades of customer experience research in hospitality and tourism: a bibliometric analysis and thematic content analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 100, 1–15.

Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.

Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2017). Tourism and existential transformation: an empirical investigation. *Journal of Travel Research*, 56(5), 638–650.

Kirkegaard, J. K., Rudolph, D., Nyborg, S., & Cronin, T. (2022). The landrush of wind energy, its socio-material workings, and its political consequences: on the entanglement of land and wind assemblages in Denmark. *Environment and Planning C*, 41(3), 548–566.

Kladou, S., & Kehagias, J. (2014). Assessing destination brand equity: An integrated approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 2–10.

Klain, S.C., Satterfield, T., Sinner, J., Ellis, J.I., & Chan, K.M.A. (2018). Bird killer, industrial intruder or clean energy? Perceiving risks to ecosystem services due to an offshore wind farm. *Ecological Economics*, 143, 111–129.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Krohn, S., & Damborg, S. (1999). On public attitudes towards wind power. *Renewable Energy*, 16(1–4), 954–960.

Krueger, A. D., Parsons, G. R., & Firestone, J. (2011). Valuing the visual disamenity of offshore wind power projects at varying distances from the shore: an application on the Delaware shoreline. *Land Economics*, 87(2), 268–283.

Ladenburg, J. (2009). Visual impact assessment of offshore wind farms and prior experience. *Applied Energy*, 86(3), 380–387.

Ladenburg, J. (2010). Attitudes towards offshore wind farms – the role of beach visits on attitude and demographic and attitude relations. *Energy Policy*, 38(3), 1297–1304.

Ladenburg, J., & Dubgaard, A. (2007). Willingness to pay for reduced visual disamenities from offshore wind farms in Denmark. *Energy Policy*, 35(8), 4059–4071.

Ladenburg, J., & Dubgaard, A. (2009). Preferences of coastal zone user groups regarding the siting of offshore wind farms. *Ocean & Coastal Management*, 52(5), 233–242.

Ladenburg, J., & Möller, B. (2011). Attitude and acceptance of offshore wind farms – the influence of travel time and wind farm attributes. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15(9), 4223–4235.

Ladenburg, J., Termansen, M., & Hasler, B. (2013). Assessing acceptability of two onshore wind power development schemes: a test of viewshed effects and the cumulative effects of wind turbines. *Energy*, 54, 45–54.

Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches—towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156.

Larson, L. R., Whiting, J. W., & Green, G. T. (2011). Exploring the influence of outdoor recreation participation on pro-environmental behaviour in a demographically diverse population. *Local Environment*, 16(1), 67–86.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407.

Lengieza, M., Hunt, C.A. & Swim, J.K. (2019). Measuring eudaimonic travel experiences, *Annals of Tourism Research*, 74, 195–197.

Leung, D. Y., & Yang, Y. (2012). Wind energy development and its environmental impact: a review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16(1), 1031–1039.

Lima, F., Ferreira, P., & Vieira, F. (2013). Strategic impact management of wind power projects. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 25, 277–290.

Liu, D., & Upchurch, R. S. (2020). A glimpse into energy tourism via application of eye-tracking technology. *Journal of Leisure Research*, 51(2), 230–244.

Liu, D., Curtis, C., & Upchurch, R. S. (2019). The evolving field of wind energy tourism: an application of the theory of reasoned action. *Tourism Review International*, 23(1–2), 37–53.

Liu, D., Upchurch, R. S., & Curtis, C. (2016a). Resident acceptance of wind farms – an emerging tourism market in China. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 1–3.

Liu, D., Upchurch, R. S., & Curtis, C. (2020). The fit of environmental citizenship models to energy tourism: the case of Ningbo China. *Journal of Ecotourism*, 19(3), 266–274.

Liu, D., Upchurch, R. S., Curtis, C., & Lusby, C. (2016b). Chinese domestic tourist perceptions of wind farms experiences. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1569–1583.

Liu, J., Wu, J. S., & Che, T. (2019). Understanding perceived environment quality in affecting tourists' environmentally responsible behaviours: A broken windows theory perspective. *Tourism Management Perspectives*, 31, 236–244.

Machado, J. T. M., & de Andrés, M. (2023). Implications of offshore wind energy developments in coastal and maritime tourism and recreation areas: an analytical overview. *Environmental Impact Assessment Review*, 99, 106999.

Margaryan, L., Prince, S., Ioannides, D., & Röslmaier, M. (2022). Dancing with cranes: A humanist perspective on cultural ecosystem services of wetlands. *Tourism Geographies*, 24(4–5), 501–522.

Mels, S., Aronsson, L. (2010). *Planering och kommunikation kring vindkraft i havet. En studie av lokala förankringsprocesser*. VINDVAL Rapport 6350. Swedish Environmental Protection Agency, Stockholm.

Meng, B., & Choi, K. (2016). Extending the theory of planned behaviour: Testing the effects of authentic perception and environmental concerns on the slow-tourist decision-making process. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 528–544.

Mordue, T., Moss, O., & Johnston, L. (2020). The impacts of onshore-windfarms on a UK rural tourism landscape: objective evidence, local opposition, and national politics. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1882–1904.

Nash, R., Martin, A., Carney, D., & K. Kumaran (2007). Wind farms as possible tourist attractions. In: D. K. Müller & B. Jansson (Eds.), *Tourism in peripheries: perspectives from the far north and south* (pp. 177–198). Oxfordshire, UK: CABI.

Nordman, E., VanderMolen, J., Gajewski, B., Isely, P., Fan, Y., Koches, J., ... & Schoolmaster, C. (2015). An integrated assessment for wind energy in Lake Michigan coastal counties. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 11(2), 287–297.

Oh, C. O., Nam, J., & Kim, H. (2023). The impacts of offshore wind farms on coastal tourists' behaviors in South Korea. *Coastal Management*, 51(1), 24–41.

Ólafsdóttir, R., & Sæþórsdóttir, A. D. (2019). Wind farms in the Icelandic highlands: attitudes of local residents and tourism service providers. *Land Use Policy*, 88, 104173.

Onwezen, M. C., Antonides, G., & Bartels, J. (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141–153.

Pan, S., & Ryan, C. (2007). Mountain areas and visitor usage–motivations and determinants of satisfaction: The case of Pirongia Forest Park, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), 288–308.

Pasqualetti, M. 2001. Wind energy landscapes: society and technology in the California desert. *Society & Natural Resources*, 14(8), 689–699.

Pasqualetti, M. J. (2011). Social barriers to renewable energy landscapes. *Geographical Review*, 101(2), 201–223.

Picchi, P., van Lierop, M., Geneletti, D. & Stremke, S. (2019). Advancing the relationship between renewable energy and ecosystem services for landscape planning and design: a literature review. *Ecosystem Services*, 35, 241–259.

Picken, F. (2018). The interview in tourism research. In: W. Hillman & K. Radel (Eds.) *Qualitative methods in tourism research: theory and practice* (pp. 200–223). Bristol: Channel view publications.

Pomfret, G., Sand, M., & May, C. (2023). Conceptualising the power of outdoor adventure activities for subjective well-being: A systematic literature review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 100641.

Prince, S., Ioannides, D., Peters, A., & Chekalina, T. (2023). Tourists' perceptions of wind turbines: conceptualizations of rural space in sustainability transitions. *Tourism Geographies*, ahead of print. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2274834>

- Qiu, H., Wang, X., Wei, W., Morrison, A. M., & Wu, M. Y. (2022). Breaking bad: how anticipated emotions and perceived severity shape tourist civility? *Journal of Sustainable Tourism*, 1–21.
- Rausch, T. M., & Kopplin, C. S. (2021). Bridge the gap: Consumers' purchase intention and behavior regarding sustainable clothing. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123882.
- Riddington, G., McArthur, D., Harrison, T., & Gibson, H. (2010). Assessing the economic impact of wind farms on tourism in Scotland: GIS, surveys and policy outcomes. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 237–252.
- Rizzo, A. (2017). Managing the energy transition in a tourism-driven economy: the case of Malta. *Sustainable Cities and Society*, 33, 126–133.
- Rose, G (2023). *Visual Methodologies: An introduction to researching with visual materials* (5th ed.). London: Sage Publications.
- Rudolph, D. (2014). The resurgent conflict between offshore wind farms and tourism: underlying storylines. *Scottish Geographical Journal*, 130(3), 168–187.
- Rygg, B. J. (2012). Wind power – an assault on local landscapes or an opportunity for modernization? *Energy Policy*, 48, 167–175.
- Sæþórsdóttir, A. D. (2012). Tourism and power plant development: an attempt to solve land use conflicts. *Tourism Planning & Development*, 9(4), 339–353.
- Sæþórsdóttir, A. D., & Ólafsdóttir, R. (2020). Not in my back yard or not on my playground: Residents and tourists' attitudes towards wind turbines in Icelandic landscapes. *Energy for Sustainable Development*, 54, 127–138.
- Sæþórsdóttir, A. D., & Saarinen, J. (2016). Challenges due to changing ideas of natural resources: Tourism and power plant development in the Icelandic wilderness. *Polar Record*, 52(1), 82–91.
- Sæþórsdóttir, A. D., Ólafsdóttir, R., & Smith, D. (2018). Turbulent times: tourists' attitudes towards wind turbines in the Southern Highlands in Iceland. *International Journal of Sustainable Energy*, 37(9), 886–901.
- Sæþórsdóttir, A. D., Wendt, M., & Tverijonaite, E. (2021). Wealth of wind and visitors: tourist industry attitudes towards wind energy development in Iceland. *Land*, 10(7), 693.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. *Advances in experimental social psychology*, 10, 221–279.
- Shiple, N. J., van Riper, C. J., Stewart, W., Chu, M., Stedman, R. C., & Dolcos, F. (2023). Pride and guilt as place-based affective antecedents to pro-environmental behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 1084741.
- Silva, L., & Delicado, A. (2017). Wind farms and rural tourism: a Portuguese case study of residents' and visitors' perceptions and attitudes. *Moravian Geographical Reports*, 25(4), 248–256.
- Skarin, A., Sandström, P., Brandão Niebuhr, B., Alam, M., & Adler, S. (2021). Renar, renkötsel och vindkraft: vinter-och barmarksbete. Stockholm: Naturvårdsverket.

- Skår, M., Odden, A., & Inge Vistad, O. (2008). Motivation for mountain biking in Norway: Change and stability in late-modern outdoor recreation. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, 62(1), 36–45.
- Smith, H., Smythe, T., Moore, A., Bidwell, D., & McCann, J. (2018). The social dynamics of turbine tourism and recreation: introducing a mixed-method approach to the study of the first US offshore wind farm. *Energy Research & Social Science*, 45, 307–317.
- Smythe, T., Bidwell, D., Moore, A., Smith, H., & McCann, J. (2020). Beyond the beach: tradeoffs in tourism and recreation at the first offshore wind farm in the United States. *Energy Research & Social Science*, 70, 101726.
- Stoessel, M., Moen, J., & Lindborg, R. (2022). Mapping cumulative pressures on the grazing lands of northern Fennoscandia. *Scientific Reports*, 12(1), 16044.
- Stokowski, P. A., Kuentzel, W. F., Derrien, M. M., & Jakobic, Y. L. (2021). Social, cultural and spatial imaginaries in rural tourism transitions. *Journal of Rural Studies*, 87, 243–253.
- Sumaedi, S., Yarmen, M., Bakti, I. G. M. Y., Rakhmawati, T., Astrini, N. J., & Widiarti, T. (2016). The integrated model of theory planned behavior, value, and image for explaining public transport passengers' intention to reuse. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 27(2), 124–135.
- Swedish Energy Agency (2022) *Vindkraft i Sverige*. <https://www.energimyndigheten.se/fornybart/vindkraft/marknadsstatistik/vindkraft-i-sverige/> [accessed June 2023].
- Swedish Parliament. (SRK, 2016). *Energiöverenskommelse*. www.regeringen.se/artiklar/2016/06/overenskommelse-om-den-svenska-energipolitiken/ [accessed June 2023].
- Swedish Wind Power Association (2023) *Vindkraftsvetet bromsar klimatomställningen*. <https://svenskvindenergi.org/pressmeddelanden/vindkraftsvetet-bromsar-klimatomstallningen> [press release accessed March 2023].
- Tang, C., Han, Y., & Ng, P. (2023). Green consumption intention and behavior of tourists in urban and rural destinations. *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(10), 2126–2150.
- Teisl, M. F., Noblet, C. L., Corey, R. R., & Giudice, N. A. (2018). Seeing clearly in a virtual reality: tourist reactions to an offshore wind project. *Energy Policy*, 122, 601–611.
- Terry, G., Hayfield, N., Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic analysis. In: C. Willig & W. Stainton-Rodgers (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research in psychology* (2nd ed.) (pp. 17–37). London: Sage.
- Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a theoretical foundation for experience design in tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543–564.
- Tverijonaite, E., Sæþórsdóttir, A. D., Olafsdóttir, R., & Hall, C. M. (2022). How close is too close? Mapping the impact area of renewable energy infrastructure on tourism. *Energy Research & Social Science*, 90, 102574.
- UNWTO (2021). *Glossary of tourism terms*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [accessed June 2023].

- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- Van der Horst, D. (2014). Climate policy and the siting of renewable energy projects: towards common but differentiated responsibility at the community level. *People, Place & Policy*, 8(3), 223–234.
- Van Veelen, B. & Hagget, C. (2017). Uncommon ground: the role of different place attachments in explaining community renewable energy projects. *Sociologia Ruralis*, 57(1), 533–554.
- Van Zanten, B.T., Zasada, I., Koetse, M.J., Ungaro, F., Häfner, F., & Verberg, P.H. (2016). A comparative approach to assess the contribution of landscape features to aesthetic and recreational values in agricultural landscapes. *Ecosystem Services*, 17, 87–98.
- Visit Sweden (2023). *Målgrupper*. <https://corporate.visitsweden.com/kunskap/malgrupp/> [accessed June 2023].
- Waldo, Å. (2012). Offshore wind power in Sweden – a qualitative analysis of attitudes with particular focus on opponents. *Energy Policy*, 41, 692–702.
- Wall-Reinius, S., Olausson, F., Ankre, R., Dahlberg, A., Lexhagen, M., Lundberg, C., Sandell K., & Bodén., B. (2015). *Undersökning bland besökare i södra Jämtlandsfjällen 2013*. ETOUR Rapport 2015:2.
- Wall-Reinius, S., Prince, S., & Dahlberg, A. (2019). Everyday life in a magnificent landscape: making sense of the nature/culture dichotomy in the mountains of Jämtland, Sweden. *Environment and Planning E: Nature and Space*, 2(1), 3–22.
- Wang, C., Zhang, J., Cao, J., Duan, X., & Hu, Q. (2019). The impact of behavioral reference on tourists' responsible environmental behaviors. *Science of The Total Environment*, 694, 133698.
- Wang, L., Wang, Z. X., Zhang, Q., Jebbouri, A., & Wong, P. P. W. (2022). Consumers' intention to visit green hotels—a goal-framing theory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1837–1857.
- Wang, Y. M. (2015). Decisional factors driving organic food consumption. *British Food Journal*, 117(3), 1066–1081.
- Warren, C. R., & Birnie, R. V. (2009). Re-powering Scotland: wind farms and the 'energy or environment?' debate. *Scottish Geographical Journal*, 125(2), 97–126.
- Wattanacharoensil, W., Fakfare, P., Manosuthi, N., Lee, J. S., Chi, X., & Han, H. (2024). Determinants of traveler intention toward animal ethics in tourism: Developing a causal recipe combining cognition, affect, and norm factors. *Tourism Management*, 100, 104823.
- Westerberg, V., Jacobsen, J. B., & Lifran, R. (2013). The case for offshore wind farms, artificial reefs and sustainable tourism in the French Mediterranean. *Tourism Management*, 34, 172–183.
- Westerberg, V., Jacobsen, J. B., & Lifran, R. (2015). Offshore wind farms in Southern Europe – determining tourist preference and social acceptance. *Energy Research & Social Science*, 10, 165–179.
- Williams, P., & Soutar, G. N. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of tourism research*, 36(3), 413–438.

- Wolsink, M. (2007). Wind power implementation: the nature of public attitudes: equity and fairness instead of 'backyard motives'. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 11(6), 1188–1207.
- Wolsink, M. (2012). Wind power: basic challenge concerning social acceptance. *Encyclopedia of sustainability science and technology*, 17, 12218–12254.
- Wong, S. (2009). Case study: wind energy regulation in Germany and the UK. In: C. Lever-Tracy (Ed.) *Routledge handbook of climate change and society* (pp. 369–378). London: Routledge.
- Woods, M. (2003). Conflicting environmental visions of the rural: windfarm development in Mid Wales. *Sociologia Ruralis*, 43(3), 271–288.
- Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., Denley, T. J., Hehir, C., & Boley, B. B. (2022). Psychological antecedents of intentions to participate in last chance tourism: Considering complementary theories. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1342–1357.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological Economics*, 134, 114–122.
- Zainuddin, N., & Gordon, R. (2020). Value creation and destruction in social marketing services: a review and research agenda. *Journal of Services Marketing*, 34(3), 347–361.
- Zeithaml, V. A., Verleye, K., Hatak, I., Koller, M., & Zauner, A. (2020). Three decades of customer value research: paradigmatic roots and future research avenues. *Journal of Service Research*, 23(4), 409–432.
- Zerrahn, A. (2017). Wind power and externalities. *Ecological Economics*, 141, 245–260.
- Zhu, P., Chi, X., Ryu, H. B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2022). Traveler pro-social behaviors at heritage tourism sites. *Frontiers in Psychology*, 13, 901530.

Rapporten uttrycker nödvändigtvis inte Naturvårdsverkets ställningstagande. Författaren svarar själv för innehållet och anges vid referens till rapporten.

Vindkraft och uppfattat värde av turismupplevelsen i naturområden

Holistiskt perspektiv och bedömningsverktyg

Rapporten presenterar ett verktyg för att bedöma turismupplevelsen på destinationer där vindkraftverk syns i naturen. Forskargruppen utvecklade en undersökning baserad på en litteraturöversikt, en kvalitativ studie och insikter från forskning om hållbart konsumentbeteende.

Resultaten visar att turisternas värdering av omställning till ett mer hållbart samhälle, samt hållbar konsumtion, påverkar deras uppfattning om vindkraft i naturområden. Detta visas i både kvalitativ och kvantitativ data.

Enkätresultaten visar att deltagare som ägnar sig mer åt utomhusaktiviteter tenderar att ha positiva åsikter om vindkraft. De med positiva åsikter om vindkraft tillskriver bland annat känslomässiga, andliga och hållbarhetsfaktorer högre värde.

I slutkapitlet diskuteras resultaten och konsekvenserna av att anpassa verktyget till på destinationer där turister kan se vindkraft i naturområden.

