

JOUNI KAIPAINEN

Tutkija, KTT

Jyväskylän yliopisto

Kokkolan yliopistokeskus Chydenius

Maaseudun kulttuuriperinnön hyödyntäminen

Kulttuuriperinnön suojelu ja hyödyntäminen on nyt ajankohtaista monesta syystä. Kulttuuriperintömatkailun lisääntyminen, perinteen näkeminen taloudellisena voimavarana ja Unescon Maailmanperintölistan kohteiden kasvu yli tuhannen ovat kaikki merkkejä kulttuuriperinnön nousukaudesta (Logan ym. 2016, 1). Arjen kulttuurin hyväksyminen osaksi kulttuuriperintöä on johtanut käsitteen käyttöalan laajenemiseen ja jokapaikan kulttuuriperintöön (Atkinson 2008).

Maantieteellisen mittakaavan ja kulttuuriperinnön välillä on erikoinen ajallinen suhde. Kun aiemmin kulttuuriperintöä tarvittiin kansallismielisyyden pönkittämiseen, nyt globaalien tuulien puhuessa painetta on eniten sekä paikallisyhteisöjen että yleismaailmallisen suunnassa (Harvey 2015). Kansainvälisesti on sovittu useita merkittäviä kulttuuriperinnön järjestämistä sääteleviä yleissopimuksia, jotka velvoittavat Suomea sen ratifioitua ne (ks. Vilkkuna 2015). Yhteisen eurooppalaisen kulttuuriperinnön ylikulttuurinen ydin olisi monikasvoinen sisältäen osasia sekä erilaisilta aluetasoilta että sisällöllistä ainesta eri älyllisistä suuntauksista ja perinteistä

(Lähdesmäki 2014). Suomalaisella maaseudulla identiteettiä haetaan lähiyhteisöstä.

Kulttuuriperintö ei sitoudu totuuteen kuten historian ihanne: liioittelu, poisjättäminen, uuden keksiminen ja unohtelu ovat kaikki sallittuja (Hovi 2014, 26). Kulttuuriperinnön määrittely on vaikeaa pääasiassa siksi, että kulttuuri on monisäikeinen käsite (Vilkkuna 2015, 113–125). Kulttuuri voidaan lyhyesti määritellä kunkin ihmisyyteen kaikkien tietojen ja taitojen kokonaisuudeksi (emt.). Kulttuurisena käytäntönä kulttuuriperinnön harjoittaminen ei tukeudu ainoastaan järkeen, vaan ottaa huomioon ihmisten kokemukset ja tunteet. Kulttuuriperintö voidaan nähdä henkisenä rakennelmana, joka poliittisia prosesseja kohdistaa käyttäen merkitystä tiettyihin paikkoihin, esineisiin ja käyttäytymismuotoihin (Logan ym. 2016, 1). Kulttuuriperinnön ylläpito ei siten ole tekninen tai hallinnollinen ongelma, vaan kulttuuripolitiikan muoto (emt.).

Kulttuuriperinnöstä puhuttaessa on syytä varmistaa, mitä toinen sanalla tarkoittaa. Joillekin kulttuuriperintöä ovat aineelliset kohteet, toisille taas kulttuuriperintö muodostuu yksinomaan

aivoissamme (Smith 2012). Ihmiset antavat arvon kohteille (ks. Kaipainen 2013). Silti voimme ajatella, että jotkut arvot hyväksytään laajemmin eri ihmisryhmissä ja kulttuureissa. Monet kulttuurin arvostukset muodostuvat mieluummin kollektiivisesti kuin yksilöllisesti. Aineellisen perinteen suhteen voidaan siten laatia jonkinlaisia kriteerejä, jotka ottavat huomioon esimerkiksi kohteiden harvinaisuuden ja aitouden. Suojelu, museointi ja arkistointi nostavat kulttuurin kulttuuriperinnöksi (Siivonen 2015, 153).

Joku ajattelee, että luonnonperintökohteet ovat valmiina odottamassa löytämistään, kun taas toinen korostaa luonnonperintökohteeksi hyväksymisen prosessin sosiaalista luonnetta. Todellisuus koostuu elollisista ja elottomista toimijoista (Harvey, painossa). Materiaalinen todellisuus vaikuttaa meihin aistiemme kautta. Luonnonperintökohteet tuottaa lähialueelleen hyvinvointia, joten luontokohteita voidaan ajatella pääomina ja palveluvirtoina (Green ym. 2005). Kulttuurimaisema koostuu luonnosta ja ihmisen muokkaustyöstä. Maaseudulla syntyy todellisuuden kudosta käsitteellistyy maaseutupääomaksi (Garrod ym. 2006).

Kulttuuriperintöä on vaikea ymmärtää ilmiönä, koska sidosryhmien näkemykset toiminnan luonteesta ovat hyvin erilaisia (Brumann 2014). Kaksi näkökulmaa jäsentää sekä ilmiön ymmärrystä että alan tutkimustoimintaa:

- 1) Itseisarvoinen (aineellinen) kulttuuriperintö
- 2) Aineeton yhteisöjen kulttuuriperintö

Itseisarvoinen kulttuuriperintö

Itseisarvo tarkoittaa etiikassa arvoa, jota ei tarvitse eikä voida perustella muilla arvoilla. Itseisarvoinen kohde ei tarvitse käyttöä oikeuttaakseen oman arvonsa. Seurauseettiselle taloustieteelle, joka aina katsoo toimien hyötyjä ja haittoja, tämä on hieman vieras näkökulma. Itseisarvoisen kulttuuriperinnön (ks. Siivonen 2012, 176) suojelua motivoi ajatus sen katoamisen uhasta. Uhanalaisuuteen vastataan inventoimalla, dokumentoimalla ja luomalla listoja.

Vuodelta 1972 oleva Unescon Yleissopimus

maailman kulttuuri- ja luonnonperinnön suojelemisesta (lyhyesti Maailmanperintösopimus) koskee sekä yksittäisiä muistomerkkejä, rakennuksia ja alueita että luonnonperintökohteita, jotka ovat ”yleismaailmallisesti erityisen arvokkaita” (Vilkuna 2015, 118). Maailmanperintösopimuksessa kulttuuriperintö esitetään erillisinä kokonaisuuksina, jotka tulee säilyttää alkuperäisessä kunnossa. Ajattelutapa on tuotokeskeinen (Björkholm 2015, 140) ja juridinen (Siivonen 2012, 176), sillä listalle pääsy muuttaa kohteen maailmanperinnöksi.

Maailmanperintölistauksella Unesco luo painetta kansallisia viranomaisia kohtaan. Arvokkuuden määrittelyä varten on laadittu hyväksymisprosessi kriteereineen (Vilkuna 2015, 118). Valtiot valitsevat, mitä ne haluavat asettaa ehdolle. Vähemmistöjen tai alueiden vaikutusvalta on käytännössä vähäistä (Brumann 2015).

Ajatus yleismaailmallisesti arvokkaista kohteista edellyttää arvoilta sekä vertailukelpoisuutta että yhteismitallisuutta (Aldred 2006). Arvottamistutkimuksessa nämä ehdot on havaittu sängen vaativiksi täyttää (ks. Kaipainen 2013). Taloustieteessä yhteinen mitta on joko raha tai maksuhalu. Smithin (2012) mukaan länsimaisen kulttuurin vaikutus näkyy maailmanperintökohteiden valinnassa, joten yhteistä mittaa lienee haettu länsimaisista arvoista. Valintaperusteita on myöhemmin moniarvoistettu, mutta kriitikot eivät ole vakuuttuneita (Brumann 2015).

Kulttuuriperinnön näkemistä kaikkialla pidetään ongelmana (Harrison 2013). Kokoelmia vain laajennetaan vuodesta toiseen eikä mistään malteta luopua. Kulttuuriperintöä ei hallinnoida, vaan kerätään kaiken varalta. Itseisarvoinen kulttuuriperintö nähdään jonakin mikä löydetään valmiina ja jonka arvo vahvistuu asiantuntija-analyysin kautta. Viranomaisten myöntämä virallinen asema määrittää kohteen kulttuuriperinnöksi. Tällainen asenne sopii hyvin esimerkiksi arkeologiseen työhön, mutta ei kaikkeen kulttuuriperintöön.

Kulttuuriperintökohteita nousee kaikkialla maailmassa. Kulttuuriperinnöstä on tullut taloudellinen voimavara ja hyvä investointikohte. Rakennettu kulttuuriperintö on hyvä erottautumisen väline, joten alueelliset kehittäjäviranomaiset

tukevat paikan merkkien ehostamista. Vapaa-ajan vietto tuo maksukykyisiä vierailijoita, joten paikkojen brändäykseen kannattaa investoida. Myönteinen, erottuva ja sankarillinen nostetaan esiin, mutta ikävät asiat mielellään unohdetaan.

Menneen säilyttämisen halu on vahva hyvin erilaisissa ihmisyyteisissä. Psykologinen taloustiede on korostanut voittojen ja tappioiden erilaista vaikutusta ihmisten hyvinvointiin. Nykytilan säilyttäminen on järkevää, jos henkilö kärsii suuria hyvinvointitappioita jonkin hänelle kuuluneen menettämistä (ks. Kaipainen 2013). Kulttuuriperinnön yhteydessä tappioiden välttäminen johtaa suojelun ylikorostumiseen. Kulttuuriperinnön ja erityisesti rakennusten näkeminen uusiin käyttöihin taipuvana voi johtaa ihmisten hyvinvoinnin kannalta parempiin lopputuloksiin. (Holtorf 2015.)

Smithin (2012) mukaan eliitti haluaa ylläpitää hierarkkista rakennetta, jossa se pääsee määrittelemään sen, mikä on arvokasta. Valtuutettu perinediskurssi (VPD) korostaa kulttuuriperintökohteiden ainutkertaisuutta, jolloin alan asiantuntijoiden on pakko suojella kohteita ymmärtämättömien kansalaisten puolesta. VPD:n painottama itseisarvo tulee esiin teosten aitouden, iän, muistomerkkimäisyyden ja kauneuden kautta. Aineellista suositaan suhteessa aineettomaan ja asiantuntijatietoa suhteessa kansalaisten näkemysiin (Smith 2013).

Smith (2015a, 138) näkee, että VPD pitää aineellista kulttuuriperintöä politiikan ulkopuolisena asiantuntijatyön alueena. Kulttuuriperinnön käytöt johtavat elävässä elämässä usein valtakamppailuihin. Vähemmistöjen ja keskushallinnon välillä on jatkuvasti perinteiden tunnustamiseen liittyviä kamppailuja (Brumann 2015). Konfliktien ymmärtäminen ja ratkaiseminen vaatii toimijoita tunnustamaan kulttuuriperinnön ristiriitaisen luonteen. Vaikka asiantuntijat julistavat osallisuutta, heidän käyttämänsä teoreettiset viitekehukset usein kadottavat yhteisöt käytettyihin kulttuurisiin hierarkioihin (Smith 2013).

Arkeologien tarve suojella ”särkyvää” ja ”uusiutumaton” aineellista menneisyyttä tulevien sukupolvien tarpeita varten valjastettiin perintöeliitin käyttöön, jonka pitää siirtää mennyt tuleville

sukupolville. Suojeluaate pyrkii jäädyttämään kulttuuriperinnön, vaikka kulttuurin prosessit ovat luonnoltaan dynaamisia (Vilkuna 2015; Björkholm 2015). Kulttuuriperinnön näkeminen ajassa vakaana omaisuutena sivuuttaa kulttuurin yhteiskuntaa muuttamaan kykenevänä sosiaalisena käytäntönä.

Aineeton yhteisöjen kulttuuriperintö

Perinteisesti yhteisöjen muistin tuottaminen on ollut vakavaa oppineiden toimintaa (Atkinson 2008). Vain asiantuntijat saivat lausua historian opetuksia. Valtion virallisesti säätelemä muisteleminen, rakennukset ja patsaat opettivat meille mitä meidän piti muistaa. Kansallisvaltioaate näkyy kansallisten muistomerkkien pystyttämisenä ja arvostamisena. Museoissa oli (lasien sisällä) näkyvillä kollektiivinen muisti, jonka totuudellisuuden kuraattorit vahvistivat. Esineiden suhteen on aina ollut markkinaehtoista toimintaa, mutta myös yksityisellä puolella kuluttajien ostopäätöksiä ohjasivat paremmin informoitujen asiantuntijoiden mielipiteet. Asiantuntijat arvioivat esineet, joille syntyi tätä kautta tarjontajohteista kysyntää (Towse 2010, 238).

Kansalaisten kuului kuluttaa historiaa. Arjen kulttuuriperintö ja alhaalta nouseva historia (Atkinson 2008; Robertson 2012) muuttivat asetelman. Kaupungeissa museon saleista siirryttiin rappeutuneille teollisuusalueille (ks. Otgaar 2012). Maaseudulla kartanoista ja linnoista siirryttiin tupiin, joissa kansa on asunut (ks. Riukulehto ym. 2014). Kansalaiset ryhtyivät kulttuuriperinnön tuottajiksi.

Arvostelijoiden mielestä nykyään kaikkea mennyttä juhliitaan kritiikittömästi ja erottomasti, mikä johtaa kulttuuriperinnön arvon laskuun, historiaväsymykseen ja jopa pilkkaan. Arvostelu sivuuttaa pääasian: laajojen joukkojen kiinnostus on muistamisen nousukautta, kun ihmiset löytävät kulttuuriperinnön omilla asuinalueillaan. (Ks. Atkinson 2008.)

Unescon vuodelta 2003 oleva sopimus aineettoman kulttuuriperinnön suojelusta (AKS) on sekä pitkän kehityksen tulos että samalla merkittävä

murroskohta (Vilkuna 2015). Elävä kulttuuriperintö saa saman aseman kuin aineellinenkin. Muistamisen ja muistelemisen toimet neuvottelevat ja rakentavat paikan tunnun, kuulumisen ja ymmärtämisen (Smith 2012). Kulttuuriperintö on sitä mitä ihmiset arvostavat.

Länsimaat olivat ensimmäisenä nimeämässä aineellisen maailmanperinnön kohteita. Jostain syystä länsimailla ei kuitenkaan ole ollut yhtä kiire ratifoida AKS-sopimusta. Suomikin allekirjoitti sopimuksen vasta 2013. Aineettomuus tuo esiin kulttuurin hetkellisyden erona jatkuvasti olemassa olevista fyysisistä kappaleista. Tämä ero ei voine olla vaikuttamatta aineettoman kulttuuriperinnön juridiseen ja taloudelliseen kohteluun länsimaissa. Toisaalta perinne voidaan ymmärtää pitkän historiallisen kehityskulun lopputuloksena. (Siivonen 2012, 178.)

Timothy (2014) nimeää kulttuuriperinnön aineellisuuden, iäkkyyden ja yleismaailmallisen kiinnostavuuden myynteiksi. Aineellinen kulttuuriperintö on yksin – ilman aineettomia yhteyksiä menneeseen – merkityksetöntä. Aineellinen ja aineeton kulttuuriperintö ovat erottamattomia. Iäkkyyden suhteen on selvää, että asteikko eroaa eri maanosissa ja maissa. Viime vuosien taide on yhtä merkityksellistä kuin keskiajan kirkkojen maalaukset. Yleismaailmallinen arvostus on sekä kriteerinä kyseenalainen. Suurin osa maailman kulttuuriperinnöstä on arkista, yksilölle tai paikallisylhteisölle merkityksellistä.

Menneisyyttä ei ole olemassa, on vain nykyhetki, jossa menneisyyttä jatkuvasti luodaan uudestaan. Prosessia pitäisikin kuvata verbillä: periminen tuo mieleen juridisen omistajuuden siirtämisen.

AKS-sopimus on historiallinen siinä mielessä, sillä se vakiinnutti yhteisöjen osallistumisen toimintaa ohjaavaksi pääperiaatteen. AKS-sopimuksessa yhteisö sivuuttaa maailmanperintösopimuksessa käytetyn aitouden kulttuuriperinnön tunnistamismekanismia. AKS-sopimuksessa käytetään prosessikeskeistä kulttuurikäsitettä. Prosessijattelun mukaan kulttuuriperintö on riippuvaista ihmisten toiminnasta. Ihmiset sekä harjoittavat kulttuuria että arvottavat syntyneet tuotokset riittävän merkittäviksi säilytettäväksi.

Yhteisöjen on tunnustettava aineeton perintö osaksi kulttuuriperintöään. Koska aineettomalla kulttuuriperinnöllä ei ole olemassa tiettyä pysyvää muotoa, suojelun kohteena ovat kulttuuria harjoittavat ihmiset. Paikallisyhteisöt ovat kulttuurin harjoittajia, kulttuuriperinnön suojelijoita ja arvontajia. AKS-sopimus ei mainitse lainkaan valtion intressejä. (Björholm 2015, 140–141.)

Euroopan neuvosto on laatinut neljä kulttuuriperintöön liittyvää yleissopimusta, joista Suomi on ratifioinut kolme vanhinta (Vilkuna 2015, 125). Valmisteltavana oleva Faron sopimus korostaa kulttuuriperintöä yksilön, yhteisöjen ja yhteiskunnan voimavarana.

Kulttuuriperinnön hyödyntäminen

Kulttuuriperinnön käytöt jaan kolmeen ryhmään: kotikuntalaisten tarpeet ja kotiseutukasvatus, matkailu sekä sosiaalinen toiminta.

Kotikuntalaisille kulttuuriperintö tarjoaa harrastusta, yhteisöllisen identiteetin luomisen apuja ja paikkasidonnan imagon sisältöjä.

Yhteisön muisti on tärkeässä osassa asukkaiden identiteetin luonnissa. Identiteetin ylläpito ja uudistaminen vaatii aktiivista neuvottelua, jossa yhteisöt tulkitsevat, muistavat, unohtavat ja uudelleenarvottavat menneen merkitystä nykyisten tarpeiden pohjalta (Smith 2006). Ihmiset kehittävät synnyinseutuun vahvan yhteyden, joka myöhemmin määrittää heidän identiteettiään ja sosiaalisia verkostojaan. Riukulehto (2013, 23–24) tekee eron synnyinseudun ja kotiseudun välille. Ihmisellä voi olla useita tärkeitä paikkoja, kotiseutuja, jotka kulkevat hänen mukanaan tulkintoina.

Paikkakunnan imago on kiinteässä yhteydessä kulttuuriperintöön. Alueiden brändäys on noussut suosioon, mutta on syytä muistaa tällaisen toiminnan valikoiva luonne (Messely ym. 2015) ja hankkeiden taipumus kaapata kulttuuri (Kavatzis & Ashworth 2015).

Kotiseutuharrastus on saanut uutta nousua ihmisten sukujuurien etsinnästä globaalistuvassa maailmassa. Kotiseutukasvatusta ei pidä asettaa monikulttuurisuuden vastakohtaksi, sillä myös maahanmuuttajien kotouttamisessa voidaan

hyödyntää samoja materiaaleja.

Hooper-Greenhill (1991) piti koulutusta muistiorganisaatioiden ensisijaisena tehtävänä. Alun perin kulttuuriperintökohteiden nähtiin siirtävän tietoa kävijöille, mutta oppimisteorian kehityksen myötä toiminnan painopiste on siirtynyt kävijöiden oppimisprosessien tukemiseen. Smith (2015b) haastaa oppimisenäkemyksen sillä perusteella, että kulttuuriperintö on esittämistä ja tekemistä. Esittämistä tapahtuu kaikilla tasoilla: kansakunnat valitsevat muistomerkkinsä, museot kokoelmiensa esillepanon ja hankittavat esineet, kyläyhteisöt säilytettävät kulttuuriperintökohteet. Kohteet edustavat niitä tarinoita, joita ihmiset haluavat itsestään kertoa.

Tekeminen voi olla sekä elävän kulttuuriperinnön harjoittamista että oman mielipiteen kertomista kohteissa käymällä. Jopa ns. synkkä matkailu eli käynnit historian vaikeilla paikoilla (kuten keskitysleireillä) on yleisön osallistumista kulttuuriperinnön ylläpitoon. Käynti on henkilökohtaista sitoutumista tapahtumien muistamiseen. Kyse ei ole oppimisesta, sillä kirjastosta ja netistä saa saman tiedon paljon helpommin.

Ihmiset menevät kulttuuriperintökohteisiin tuntemaan. Vierailijan kokemusta voidaan ymmärtää vain jos tunteet otetaan huomioon (Smith & Campbell 2016, 445). Ihmiset reagoivat hyvin erilaisilla tavoilla samaan kohteeseen, sillä kävijät luovat omat merkityksensä ja tulkintansa. Kontekstisidonnainen kokemus riippuu paitsi kohteen myös vierailijan ominaisuuksista. Ulkopuolisten antamalla arvioilla kohteiden pinta- tai syväsuuntautuneisuudesta ei välttämättä ole suurta ennustearvoa. Kävijäkokemusta ei voida hallita kävijöiden taustatietojen varassa, vaikka jotkut vuorovaikutteisten ohjelmistojen kauppamiehet tällaisia mielellään tarjoavatkin.

Matkailu on maaseudulla tärkeää, koska se on niitä harvoja aloja, joiden kautta luovat toiminnot voivat saada niin laajan yleisön, että kulttuuri tarjoaa elinkeinon. Määränpääalueet ja reitit perustuvat molemmat konsepteina matkailuyrittäjien yhteistyöhön ja yhteiseen tuotemerkkiin, mutta eroa on toiminnan maantieteellisessä kiinteydessä.

Kulttuurimatkailussa suurin muutos on matkailijoiden halu elää paikallisten keskellä. Turistien

halu hylätä lomakohteet avaa suomalaiselle maaseudulle mahdollisuuksien ikkunan. Riskipitoista uutta infrastruktuuria ei tarvitse rakentaa, sillä paikallisuudesta kiinnostuneet käyttävät olemassa olevia palveluja.

Sosiaalinen toiminta on yksi kulttuuriperinnön käyttömuoto, joka helposti unohtuu. Maailmalta löytyy monia onnistuneita hankkeita, joissa yhteisöllisyys on voitu yhdistää kulttuuriin. Esimerkkinä Keski-Euroopan pyhiinvaellusreitit on merkitty ja huollettu useaan kertaan pitkäaikaistyöttömien tai syrjäytymisuhan alaisten nuorten työllä. Suurin merkitys osallistujille syntyy siitä, että he saavat olla mukana yhteisössä ja tehdä mielekkäitä asioita.

Maaseutuyritysten yhteisöllisyys voimavarana

Korsgaard ym. (2015) erottavat yrittäjyyden maaseudulla ja maaseutuyrittäjyyden. Yrittäjyys maaseudulla edustaa juurettomia toimijoita, jotka voisivat yhtä hyvin toimia jossakin muuallakin. Maaseutuyrittäjät taas hyödyntävät paikallisia voimavaroja ja ovat juurtuneet paikallisiin yhteisöihin monipuolisin sitein. Monet yrittäjät huolehtivat omasta yhteisöstä silloinkin, kun tästä ei pysty laskuttamaan (Benz 2009; Bosworth 2012). Niskan (2015) mukaan myöskään suomalaisille maaseutuyrittäjille oman edun ajaminen ja yhteiskunnallisten etujen palveleminen eivät ole ristiriitaisia tavoitteita. Omistajien arvot viestittää paikalliselle yhteisölle esimerkiksi tukemalla kehittämishankkeita (Siemens 2013, 62). Maaseutuyrittäjät usein välttävät kilpailua toisten paikallisten yritysten kanssa, jolloin tuotteet täydentävät olemassa olevaa tarjontaa (Steiner & Atterton 2015).

Korsgaard ym. (2015) mukaan maaseutuyrittäjyys hyödyntää maaseudun luontaisia (kulttuuri, historia, luonto ym.) voimavaroja. Maaseutuyritykset voivat luoda kestävätkilpailuetunsa katsoamalla olemassa olevia resursseja uusin silmin (Siemens 2013). Monesti kulttuurinen etäisyys auttaa tunnistamaan piilevät mahdollisuudet, joten matkailijat ovat hyviä tietolähteitä.

Maaseudun matkailuyritysten on periaatteessa helppoa hyödyntää sijaintia kilpailuetuna, sillä

millään muulla yrityksellä koko maailmassa ei ole samaa toimintaympäristöä. Kilpailuetu muodostuu kiinteässä yhteydessä paikkaan, joten tuote ei ole suoraan kopioitavissa muualle (Siemens 2014). Maisemien ja luonnonolojen lisäksi kulttuurinen maaseutu tukee yritystoimintaa. Kulttuuriperintö auttaa erityisesti haettaessa eroja muihin suomalaisiin kohteisiin, sillä millään muulla paikkakunnalla ei ole tarjolla samanlaista kattausta tarinoita (Siemens 2013).

Kriitikoiden mielestä matkailija voi hyötyä kulttuuriperinnön tuotteistamisesta helpommin lähestyttävään muotoon, mutta häviöjä on paikallinen asukas ja hänen omintakeinen kulttuurinsa (MacCannell 1976). Matkailijoiden iloksi luodut vakioidusti toistetut esitykset eivät tuo esiin kansankulttuurin harjoittamisen moninaisuutta ja vaihtelua (Björkholm 2015).

Tuotteistamisen seurauksena syntyy esitettyä aitoutta (MacCannell 1973). Matkailija etsii aitoutta, mutta etsintä onnistuessaan tuhoaa löytämänsä kohteet. Suurin tuho kohtaa perinteensä esille asettaneita, jotka menettävät oman paikalliskulttuurinsa erikoispiirteet.

Tuotteistamisen myötä oman perinteen arjen käyttöarvon tilalle tulee markkinapohjainen vaihtoarvo eli hinta. Kulttuurisessa järjestelmässä aiemmin epäyhteensopivien ulottuvuuksien välille muodostuu rahan käyttöönoton kautta vertailukelpoisuus ja vaihtosuhde (ks. Kaipainen 2013). Rahallinen arvo yhteismitallistaa kaiken, jolloin se samalla vie merkityksen muilta arvotyypeiltä.

Matkailutuotteiden liiallinen ennakoitavuus voi häiritä koulutettuja kulttuurimatkailijoita, jotka ovat kiinnostuneita paikalliskulttuureista. Heille näennäisten erontekojen esittäminen ei riitä. Keksittyjen perinteiden ja nostalgian kaupallisten ulottuvuuksien tarjoaminen jättää kokeneet kävijät kylmiksi. (Macdonald 2013, 109.)

Macdonaldin (2013, 109) mukaan erilaisten elämäalueiden (pehmeä; identiteetti ym.) ja (kova; hyödykkeistäminen/ tuotteistaminen) jyrkkä ja poissulkeva jäsentäminen on eurooppalaisen muistamisen erottava piirre. Toisaalta samanlainen vastakkainasettelu liittyy myös moniin muihin elämäalueisiin (ks. Kaipainen 2013, 20 ja 70–71). Käsitykseen vihamielistä

maailmoista liittyy ajatus toisen elämäalueen saastuttavasta vaikutuksesta. Dominoteoria markkinoiden laajentumisesta kaikkiin elämäalueisiin ei päde, sillä siirtymiä tapahtuu moneen suuntaan samanaikaisesti. Monilla hyödykkeillä on sekä yksityisen että julkisen hyödykkeen piirteitä. Emme voi yleismaailmallisesti tunnistaa, mikä hyödyke kuuluu mihinkin sektoriin, sillä samojen hyödykkeiden tuotanto organisoidaan eri maissa eri tavalla. (Carvalho & Rodrigues 2015.)

Comaroff ja Comaroff (2009) näkevät, että kun paikalliskulttuuria erottelukeinonaan käyttävät saavat lisää myyntiä tuotteilleen, heidän kulttuurinen identiteettinsä vahvistuu. Ulkoinen tunnustus vahvistaa osallisten tunnetta siitä, että heillä on tarjota erottautuvaa, arvokasta ja aitoa kulttuuria (Smith 2012). Siinä, että tiedon lisääminen tuotteista (markkinointi!) edistää niiden haluttavuutta, ei ole mitään outoa. Kummallista on, että kriitikoiden mukaan paikalliskulttuuri on myynnissä ja ostaja saa sen kaupankäynnin myötä. Ranskalaista viiniä myydään viinialueella, tunnistettavalla linnalla ja ranskalaisuudella, mutta ostaja ei silti saa pullon mukana palaa Ranskasta, vaan Ranskan ”idean”. Edes silloin kun taiteilijan ominaisuuksia hyödynnetään sponsorointitapah- tumassa, ihminen ei ole kaupankäynnin kohteena. (Comaroff & Comaroff 2009.)

Kriittisten tutkijoiden huolenaiheena on markkinoiden tapa tuottaa lisää ”samuutta”, mutta tämä huoli ei ole erityisen perusteltua aluebrändien yhteydessä. Paikallisuuden käyttö myyntivalttina johtaa ns. monopolistiseen kilpailuun, jossa jokainen tuottaja myy hieman erilaista tuotetta. Tosin paikallisten käsitöiden ja kansantanssien tarjoaminen joka paikassa voi sekin alkaa tynnyä paljon matkustavia. Kiistassa ei ehkä ole yhtä totuutta. Jos haetaan suuria matkailijamääriä, on myytävä pienimmän yhteisen nimittäjän pohjalta. Suomen maaseudulla kohteita myydään kohdistetuille asiakasryhmille, joten kulttuurimatkailuun panostaminen on turvallinen valinta.

Matkailu voi kiristää kyläläisten välejä, jos ravintola- ja majoitustoiminta saa hyödyt ja muut joutuvat kestämään haitat (Alonso González & Fernández Fernández 2013). Yhteisömatkailun puolestapuhujat haluavat kyläyhteisöjen ottavan

osansa globaaleista matkailun rahavirroista. Yhteisöllisen matkailun on nähty toimivan vaihtoehtona hyväksikäyttävälle matkailulle kehityksessa (Dolezal & Burns 2015, 136). Rainforest Alliancen Latinalaisessa Amerikassa toteuttamien arviointien perusteella sänkyjen käyttöaste jäi kuitenkin viiteen prosenttiin (Mitchell & Muckosy 2008). Goodwinin (2013) mielestä ylisuuret lupaukset ovat vaarallisia, koska investoinnit hotelleihin ja muuhun infrastruktuuriin ovat suuria suhteessa yhteisöjen varallisuuteen. Pettymyksen jälkeen kyläläisiä on enää vaikea saada mihinkään muuhunkaan yhteiseen kehittämiseen mukaan.

Dolezal ja Burns (2015) kritisoivat yhteisömatkailun konseptia liikkumattomien resurssien sivuuttamisesta. Yhteisömatkailu onnistuu paremmin, kun tunnustetaan, että paikkoihin liittyy sekä aineellisia (kulttuurikohteet, luonto) että aineettomia (kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma) kiinteitä voimavaroja. Menestyvää yhteisömatkailua ei voi syntyä minne tahansa.

Kulttuurimatkailussa paikallisuus on uusi aitous. Kulttuurimatkailijat etsivät massamatkailun ulkopuolisia kohteita, joissa voisi kohdata jotain todellista. Ensi alkuun vaihtoehtomatkaillen nimissä matkattiin maailman ääriin, kulkemattomille poluille. Myöhemmin on havaittu, että tutkittomia alueita löytyy monesti aivan kotikulmilta, kun vain katsoo oikein silmin. Kansankulttuuri on noussut matkailijoiden arvostamaksi, sillä sen syntymisen on katsottu edellyttävän pitkäikäistä sidettä ihmisryhmän ja paikan välillä. (Ks. Richards 2013.)

Massaturismia välttelevät haluavat asua kuin paikalliset. Vaikka Barcelonassa ja Berliinissä harmistutaan matkailijoiden tunkeutumisesta ihmisten yksityisiin elinpiireihin (Richards 2014), suomalaisella maaseudulla kestävyden ongelma tulee vastaan mieluummin ala- kuin ylärajan muodossa. Kun matkailijoita ei ole, ei pystytä ylläpitämään edes peruspalveluja (hotellit, nähtävyyssjelut, opastetut kävelyt ym.). Suomen etuna voi olla turvallisuus, sillä kaappauksia, pommeja ja rikollisuutta ei tarvitse pelätä.

Matkailijoita on holhottu kohteen kokemisessa. Ohjekirjoja on luettu aivan viime aikoihin asti. Matkailijat on ehdollistettu seuraamaan ohjeita,

joten he ahdistuvat, jos heidät altistetaan tunteuttomien kohtaamisille. Kaikki kulttuurimatkailijat eivät halua olla itsenäisiä. Vahvistuva trendi on silti matkailijoiden aktiivinen rooli ja matkailukokemuksen yhteistuottaminen paikallisten kanssa. Edessä on siirtymä luovaan matkailuun. (Tourism ... 2014.)

Paikkatietokanta esimerkkinä valintojen viidakosta

Kulttuuriperintöön kohdistuu monia odotuksia. Usein näitä kaikkia ei voida toteuttaa samalla konkreettisella toimella tai konseptilla. Valintojen tekemisen tarvetta voidaan tarkastella katsomalla Kokkolan yliopistokeskus Chydeniuksessa tehtyä Genius loci –paikkatietokantaa (geniusloci.chydenius.fi). En väitä, että kaikkia näitä vaatimuksia on yliopistokeskuksen tietokannan teko-vaiheessa jouduttu kohtaamaan, mutta silti perintöalan toimijoiden on parempi olla perillä vastaan tulevien valintatilanteiden aiheuttamista (tahallista ja tahattomista) seurauksista.

Tietokantaa voidaan rakentaa siten, että se edistää maakunnan imagoa. Tällöin esiteltävät kohteet ja tarinat valitaan siten, että tukevat haluttua julkisuuskuva. Historian ikävistä vaiheista vaietaan. Vähemmistöjen kulttuuriperintö ei pääse esille. Arjen kulttuuriperintö sivuutetaan vaatimattomana.

Tietokanta voi edustaa valtuutetun perintödiskurssin arvomaailmaa ja painottua esittelemään kirkkoja, muinaismuistoja ja luontokohteita ym. aineellisia kohteita. Paikallishistoriateosten sisältö siirretään uuteen kontekstiin, sillä portaalissa tieto on helpommin asukkaiden ja matkailijoiden saavutettavissa. Aineeton kulttuuriperintö jää sivuun, koska sitä ei ole helppo sijoittaa tarkkoihin karttakoordinaatteihin.

Portinvartijat tarkistavat kaikki tarinat. Jos tarinoiden faktat eivät kestä lähdekriittistä tarkastelua, ne sivuutetaan merkityksettömänä fiktiona. Tarinoiden merkitystä niitä kertoville ihmisille ei korosteta, sillä tarinoilla on oltava kansallista viihdekäyttöä tai erityistä yleismaailmallista itseisarvoa. Paikallisyhteisöjen asemaa elävän kulttuuriperinnön harjoittajina ja säilyttäjinä ei tuoda esiin.

Matkailutoimijat vaativat, että tietokanta on tehtävä mahdollisimman monikielisenä. Tällöin tuote on helposti käytettävissä matkailuyritysten oman markkinointimateriaalin lisänä. Ihmisten omia tarinoita ei enää voi helposti lisätä portaaliin, sillä ne on ensin käännettävä vähintään kolmelle kielelle. Koska käänösvaroja ei ole budjetoitu hankkeeseen riittävästi, tarinoiden valikoima jää rajalliseksi. Tarinoista ei myöskään voi esittää erilaisia versioita, joten niistä jää puuttumaan kansankulttuurille ominainen vaihtelu. Tarinat saavat pysyvän (tuotteistetun) olomuodon.

Hankkeiden kulttuurinen kestävyys edellyttäisi, että valmis paikkatietokanta siirtyisi ”kansan omaisuudeksi” ja jonkin maakuntatasoisen kansalaistoimijan hoidettavaksi. Tällaisen siirtymän aikaansaaaminen on vaikeaa, jos tekninen alusta on tehty kunnianhimoisesti. Edes ilmaiseksi käytettävissä olevien ohjelmien ylläpitotyötä ei yhdistyksen ole helppo ottaa vastuulleen. Navarrete (2013) korostaa, että muistioorganisaatioissa digitekniikan käyttöönotto tarvitsee tuekseen henkilöstön osaamisen kehittämistä.

Lopuksi

Kulttuuriperinnöllä on monia käyttäjiä suomalaisella maaseudulla, joten kiistoilta ei voi täysin välttyä. Erilaisten näkökulmien tunteminen voi silti helpottaa yhteiseloa.

Aineellinen kulttuuriperintö ympäröi meitä lukemattomien kohteiden kautta. Monesti kohteet eivät ole asiantuntijoiden yleismaailmallisten kriteerien perusteella ainutkertaisia, kauniita, vanhoja tai taloudellisesti arvokkaita, mutta ne kertovat menneiden sukupolvien elämästä. Kyläkoulu on monille rakas, vaikkei rakennus ole kulttuurihistoriallisesti arvokas.

Ilmiön vaikutusten mittakaavalla on suuri merkitys siihen, kenen (henkiseksi) omaisuudeksi perinne katsotaan. Jos kulttuuriperinnön vaikutuksien katsotaan olevan ylikansallista, niin sille halutaan löytää arvo yleismaailmallisista (Unesco ym.) kriteereistä. Kansallisvaltiot taas edellyttävät kansallisen yhtenäisyyden vahvistamista, mikä vaikuttaa siihen, millaista kulttuuriperintöä halutaan ylläpitää. Mitä paikallisempia vaikutuksien katsotaan olevan, sitä enemmän vastuu halutaan jättää paikallisyhteisöille.

Aineeton kulttuuriperintö on läsnä ihmisten arjessa ja juhlassa. Myönteisten identiteettien luonti on merkittävä tehtävä maaseudulla, jossa tulevaisuudenusko on ajoittain koetuksella median esitellessä väestön, tuotannon ja työllisyyden keskittymistä kaupunkiseuduille. Kulttuuriperinnön arvottaminen ja harjoittaminen vaatii yhteisöjen panosta, joten yhteisöjä voi pitää sekä kulttuuriperinnön moottorina että suojelun varsinaisena kohteena (Björkholm 2015). Yhteisöt voivat olla myös virtuaalisia tai kuviteltuja – paikkasidonaisuutta ei edellytetä.

Maaseutuyrittäjät, jotka eivät pidä maaseutua pelkkänä sijaintipaikkana, hyödyntävät monesti kulttuurista maaseutua saaden tätä kautta tuotteilleen lisäarvoa. Matkailu on ilmeisin kulttuuriperinnön hyödyntämiskohteena. Monesti kotiseututyön aktiiveja kiehtoo kuitenkin suuria vierailijamääriä enemmän aidosti kiinnostuneiden kävijöiden antama arvostus. Matkailijat tekevät vierailemalla kulttuurista työtä, joka ylläpitää perintökohteita (Smith 2012).

Kulttuurimatkailussa nousevana trendinä on elää kuin paikallinen. Maaseudulle sohuvarffailuun, kodinvaihtoon tai asunnon vuokraamiseen perustuva vaihtoehtomatkailu on tervetullutta, sillä paikallisuudesta kiinnostuneille ei tarvitse rakentaa kallista ja riskialtista hotelli- ja ravintolakapasiteettia. Haasteena on matkailijoiden saapuminen ihmisten iholle. Matkailijoita ei voi enää eristää omiin keskuksiinsa ammattilaisten hoivattavaksi, vaan heidät täytyy ottaa vastaan osana yhteisön arkea. Sosiaalisen median valvova silmä seuraa koko ajan mitä tapahtuu, joten mikään mikä tapahtuu syrjäkylällä, ei enää jää sinne.

Kulttuuriperinnön harjoittaminen ei voi olla taaksepäin katsovaa, sillä kulttuuriperintö toimii siltana menneisyyden ja tulevaisuuden välillä. Kulttuuriperinnön säilyttämisessä olennaista on valikointi, nykyhetken näkökulmasta arvioitujen menneisyyden parhaiden asioiden siirtäminen tuleville sukupolville. Perinteen hyödyntämisessä tarvitaan tulevaisuuteen katsovia kehittämissivioita.

Kiitokset Maaseutopolitiikan yhteistyöryhmälle ja Makeralle aihempiiriin liittyvän hankkeen rahoituksesta.

Lähteet

- Aldred, Jonathan 2006. Incommensurability and monetary valuation. *Land Economics*, 82, 2, 141–161.
- Atkinson, David 2008. The heritage of mundane places. Teoksessa: Brian J. Graham & Peter Howard (toim.) *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*. Aldershot: Ashgate, 381–396.
- Benz, Matthias 2009. Entrepreneurship as a non-profit-seeking activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 1, 23–44.
- Björkholm, Johanna 2015. Aineettoman kulttuuriperinnön moottori. Paikallisyhteisön tehtävät yleissopimuksessa aineettoman kulttuuriperinnön suojelemisesta. Suom. Teo Ijäs. Teoksessa: Anna Kanerva & Ritva Mitchell (toim.) *Elävä aineeton kulttuuriperintö*. Cuporen verkkojulkaisuja 28, 140–151.
- Bosworth, Gary 2012. Characterising rural businesses – Tales from the paperman. *Journal of Rural Studies*, 28, 4, 499–506.
- Brumann, Christoph 2014. Heritage agnosticism: a third path for the study of cultural heritage. *Social Anthropology*, 22, 2, 173–188.
- Brumann, Christoph 2015. Community as Myth and Reality in the UNESCO World Heritage Convention. Teoksessa: Nicolas Adell, Regina Bendix, Chiara Bortolotto & Markus Tauschek (toim.) *Between Imagined Communities and Communities of Practice*. Universitätsverlag Göttingen, Göttingen. 273–289.
- Carvalho, Luis & João Rodrigues 2015. Are markets everywhere? Understanding contemporary processes of commodification. Davis, John & Wilfred Dolfsma (toim.) *The Elgar Companion to Social Economics*. Second Edition. Edward Elgar: Cheltenham, 293–313.
- Comaroff, John & Jean Comaroff 2009. *Ethnicity, Inc.* University of Chicago Press: Chicago.
- Dolezal, Claudia & Peter Burns (2015) ABCD to CBT: asset-based community development's potential for community-based tourism. *Development in Practice*, 25, 1, 133–142.
- Garrod, Brian, Roz Wornell & Ray Youell 2006. Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22, 1, 117–128.
- Alonso González, Pablo & Jesús Fernández Fernández 2013. Rural Development and Heritage Commons Management in Asturias (Spain): The Ecomuseum of Santo Adriano. *Journal of Settlements and Spatial Planning*, 2, 245–253.
- Goodwin, Harold 2013. It is not tourism until it is sold: commercialising community-based tourism. Esitys konferenssissa *Communities as a part of sustainable rural tourism – success factor or inevitable burden?* Kotka, 11.9.2013.
- Green, Gary, Steven Deller & David W. Marcouiller 2005. Introduction. Teoksessa: Green, Gary, Steven Deller & David W. Marcouiller (toim.) *Amenities and Rural Development*. Edward Elgar: Cheltenham, UK, 1–5.
- Harrison, Rodney 2013. Forgetting to remember, remembering to forget: late modern heritage practices, sustainability and the 'crisis' of accumulation of the past. *International Journal of Heritage Studies*, 19, 6, 579–595.
- Harvey, David 2015. Heritage and scale: settings, boundaries and relations. *International Journal of Heritage Studies*, 21, 6, 577–593.
- Harvey, David (painossa). *Landscape and heritage: trajectories and consequences*. *Landscape Research*, DOI: 10.1080/01426397.2014.967668.
- Holtorf, Cornelius 2015. Averting loss aversion in cultural heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 21, 4, 405–421.
- Hooper-Greenhill, Eileen 1991. *Museum and Gallery Education*. Leicester: Leicester University Press.
- Hovi, Tuomas 2014. *Heritage through Fiction*. Turun yliopisto: Turku.
- Kaipainen, Jouni 2013. *Taloudellisen arvottamisen uudet perusteet*. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylä.
- Kavaratzis, Mihalis & Greg Ashworth 2015. Hijacking culture: the disconnection between place culture and place brands. *Town Planning Review*, 86, 2, 155–176.
- Korsgaard, Steffen, Sabine Müller & Hanne Wittorff Tanvig 2015. Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural – between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21, 1, 5–26.
- Logan, William 2016. *The New Heritage Studies: Origins and Evolution, Problems and Prospects*. Teoksessa: William Logan, Máiréad Nic Craith & Ullrich Kockel (toim.) *A Companion to Heritage Studies*. John Wiley & Sons: Chichester, UK, 1–25.
- Lähdesmäki, Tuuli 2014. The EU's Explicit and Implicit Heritage Politics. *European Societies*, 16, 3, 401–421.
- MacCannell, Dean 1973. Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79, 3, 589–603.
- MacCannell, Dean 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.

- Macdonald, Sharon 2013. *Memorylands: Heritage and Identity in Europe Today*. Routledge: London.
- Messely, Lies, Joost Dessein & Elke Rogge 2015. *Behind the Scenes of Place Branding: Unraveling the Selective Nature of Regional Branding*. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 106, 3, 291–306.
- Mitchell, Jonathan & Pam Muckosy 2008. *A Misguided Quest: Community-Based Tourism in Latin America*. ODI Opinion 102. London: Overseas Development Institute.
- Navarrete, Trilce 2013. *Digital Cultural Heritage*. Teoksessa: Ilde Rizzo & Anna Mignosa (toim.) *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*. Cheltenham UK: Edward Elgar, 251–271.
- Niska, Miira 2015. *Who is serving whom? An agency-for perspective on enterprise promotion in rural Finland*. University of Helsinki: Helsinki.
- Otgaar, Alexander 2012. *Towards a common agenda for the development of industrial tourism*. *Tourism Management Perspectives*, 4, 86–91.
- Richards, Greg 2013. *Creating relational tourism through exchange*. Saatavissa: https://www.academia.edu/5040057/Creating_relational_tourism_through_exchange. [Viitattu 17.11.2015]
- Richards, Greg 2014. *Tourism trends: The convergence of culture and tourism*. Saatavissa: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism. [Viitattu 17.11.2015]
- Riukulehto, Sulevi 2013. *Muisto kohtaa maiseman. Kotiseutu syntyy kokemuksista*. Teoksessa: Lassi Saressalo (toim.) *Kotiseutu 2013*. Suomen Kotiseutuliitto: Helsinki, 23–28.
- Riukulehto, Sulevi 2014. *Pohjalaistalon idea, tarkoitus ja arvot*. Teoksessa: Riukulehto, Sulevi, Matti Mäkelä, Outi Orhanen & Anni Lehtimäki (toim.) *Pohjalaistalot – yhteistä kulttuuriperintöämme*. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti: Seinäjoki, 20–36.
- Robertson, Ian 2012. *Introduction: Heritage From Below*. Teoksessa: Ian Robertson (toim.) *Heritage from Below*. Farnham: Ashgate, 1–28.
- Siemens, Lynne 2013. *A Conceptual Framework for Understanding "Rural" Positioning*. *Journal of Enterprising Culture*, 21, 1, 45–74.
- Siemens, Lynne 2014. *"We moved here for the lifestyle": A picture of entrepreneurship in rural British Columbia*. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27, 2, 121–142.
- Siivonen, Katriina 2012. *Kulttuuriperintö itseisarvona ilman välinearvoa*. *ELORE*, 19, 1, 175–179.
- Siivonen, Katriina 2015. *Elävän kulttuurin suojele*. Teoksessa: Anna Kanerva & Ritva Mitchell (toim.) *Elävä aineeton kulttuuriperintö*. *Cuporen verkkojulkaisuja* 28, 153–165.
- Smith, Laurajane 2006. *Uses of heritage*. London: Routledge.
- Smith, Laurajane 2012. *The cultural 'work' of tourism*. Teoksessa: Laurajane Smith, Emma Waterton & Steve Watson (toim.) *The Cultural Moment in Tourism*. Routledge: London. 210–234.
- Smith, Laurajane 2013. *Discussion*. Teoksessa: Regina Bendix, Aditya Eggert & Arnika Peselmann (toim.) *Heritage Regimes and the State*. Universitätsverlag Göttingen: Göttingen. 389–395.
- Smith, Laurajane 2015a. *Intangible heritage: a challenge to the authorised heritage discourse?* *Revista d'etnologia de Catalunya*, 40, 133–142.
- Smith, Laurajane 2015b. *Theorising museum and heritage visiting*. Teoksessa: Andrea Witcomb & Kylie Message (toim.) *Museum Theory*. Oxford: Blackwell, 459–484.
- Smith, Laurajane & G. Campbell 2016. *The elephant in the room: heritage, affect, and emotion*. Teoksessa: William Logan, Máiréad Nic Craith & Ullrich Kockel (toim.) *A Companion to Heritage Studies*. John Wiley & Sons: Chichester, UK, 443–460.
- Steiner, Artur & Jane Atterton 2014. *The contribution of rural businesses to community resilience*. *Local Economy*, 29, 3, 219–235.
- Timothy, Dallen 2014. *Cultural heritage, tourism and socio-economic development*. Teoksessa: Sharpley, Richard & David Telfer (toim.) *Tourism and development: concepts and issues*. Channel View Publications: Bristol. 237–249.
- Tourism and the Creative Economy 2014*. OECD: Paris.
- Towse, Ruth 2010. *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge University Press: Cambridge, UK.
- Vilkuna, Janne 2015. *Aineellisen ja aineettoman kulttuuriperinnön rajapintoja ja määritelmiä*. Teoksessa: Anna Kanerva & Ritva Mitchell (toim.) *Elävä aineeton kulttuuriperintö*. *Cuporen verkkojulkaisuja* 28, 113–125.