



Innolla kohti tulevaa: Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskursseissa

Eagerly towards the future: The future consciousness of tourism in the discourses of media texts

Eveliina Harju, Lapin yliopisto

Abstract

In this study the future consciousness of tourism using discourse analysis methods and media texts as main material. The media guides and shapes public opinion and the social status of tourism now and in the future. The theoretical framework of the research is the five-dimensional model of future consciousness, the dimensions of which are time perspective, agency beliefs, openness to alternatives, systems perception and concern for others. From the material, three discourses were constructed: the bright future of tourism, changed tourism, and unstable tourism, and in these discourses the five dimensions of future consciousness are intertwined. The research shows that the diversity and unpredictability of tourism's futures are recognized with its opportunities and challenges, and the motivation to influence the future with one's own actions is meaningful in the discourses.

Tutkimuskohteena matkailun tulevaisuus mediassa

Kestävä matkailu, puhdas luonto, maata pitkin matkustaminen, lähimatkailu ja esteettömyys ovat merkittäviä trendejä, jotka todennäköisesti vaikuttavat siihen, miten matkailua kehitetään ja miltä ala tulevaisuudessa näyttää (Hiltunen, 2019, s. 37–39). Matkailijat ovat yhä tiedostavampia ja vastuullisempia, ja digitalisaatio tarjoaa yhä enemmän mahdollisuuksia niin automatisoinnin, räätälöinnin kuin saavutettavuudenkin suhteen (TEM, 2022, s. 16–19). Matkailualan tulevaisuusajattelua on viime aikoina herätellyt COVID-19-pandemia, joka pysäytti matkailun vuosina 2020–2021, mutta sai myös aikaan uusien toimintatapojen kehittämistä ja lisäsi ymmärrystä matkailun roolista yhteisöissä (Butler, 2020; Wright, 2021; Yildiz ym., 2022). Suomessa koronapandemia vaikutti matkailuun voimakkaimmin vuoden 2020 alusta vuoden 2022 alkuun. Koronapandemian lisäksi myös Venäjän hyökkäys Ukrainaan helmikuussa 2022 on vaikuttanut merkittävästi matkailun kehitykseen ja kysyntään (TEM, 2022, s. 16).

Pro gradu -tutkielmassani (Harju, 2023) tarkastelen matkailun tulevaisuuden diskursiivista rakentumista media-artikkeleissa. Aineistoni koostui 29 suomenkielisestä matkailun tulevaisuutta käsittelevästä media-artikkelista vuosilta 2017–2023. Artikkelit on julkaistu *Ylen*, *Helsingin Sanomien*, *Iltalehden* ja *Ilta-Sanomien* verkkosivuilla. Analysoin aineistoani

diskurssianalyysin menetelmin. Matkailuilmiö on sosiaalinen konstruktio, jonka merkityksiä ylläpidetään ja jaetaan esimerkiksi kielenkäytössä (esim. Pernecky, 2012), ja koen tärkeäksi tunnistaa matkailun tulevaisuutta rakentavia merkityksiä mediassa. Tutkimukseni tuloksia voidaan hyödyntää matkailun suunnittelussa ja kehittämisessä, ja samalla tulokseni ovat katsaus matkailua koskeviin puhetapoihin vuosina, joina matkailuala on kokenut maailmanlaajuisen koronakriisin ja pyrkinyt toipumaan siitä.

Nykyisessä kompleksisessa ja globaalissa maailmassa on yhä tärkeämpää ymmärtää, miten ihmiset hahmottavat tulevaisuutta (Lalot ym., 2020, s. 874). Tulevaisuustietoisuuden avulla voimme hahmottaa toimiemme kauaskantoisia seurauksia ja kuvitella erilaisia vaihtoehtoja, ja siten hyödyntää tulevaisuutta ja keksiä luovia ratkaisuja edessämme oleviin haasteisiin (Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 397). Medialla on voimaa vaikuttaa lukijoihin ja esimerkiksi matkailijoiden päätöksentekoprosesseihin (Kapuściński & Richards, 2022), ja media ohjaa julkista keskustelua ja päätöksentekoa nyt ja tulevaisuudessa (Perse & Lambe, 2016; Schweinsberg, Darcy & Cheng, 2017). Media muokkaa asenteita ja tunnereaktioita, ja joukkotiedotusvälineet ovat usein sekä viihdettä että merkittävä uutislähde (Perse & Lambe, 2016). Matkailu on vuorovaikutteinen osa yhteiskuntaa, ja siihen vaikuttavat oleellisesti toimintaympäristön taloudelliset, poliittiset, yhteiskunnalliset, teknologiset ja ympäristölliset tekijät tänään ja tulevaisuudessa (TEM, 2022, s. 16). Koska media muovaa yleisiä mielipiteitä, muokkaa se myös matkailun yhteiskunnallista asemaa sekä sen kehitysmahdollisuuksia tulevaisuudessa. Siksi koin tärkeäksi tarkastella tutkielmassani, miten matkailun tulevaisuus merkityksellistyy median teksteissä.

Tutkijana paikannun matkailututkimuksen opiskelijaksi, joka seuraa aktiivisesti matkailua koskevaa julkista ja akateemista keskustelua sekä median uutisointia. Tutkielmani aihe, aineiston artikkelit ja niistä esiin nostamani asiat ovat omia valintojani, ja toisen tutkijan tekemillä valinnoilla tutkimuksen lopullinen muoto olisi todennäköisesti erilainen. Tulkintani perustuvat kuitenkin aineiston systemaattiseen ja huolelliseen analyysiin, eivätkä siten ole vain omaa keksintöäni.

Lähestymistapani matkailun tulevaisuuteen

Tulevaisuuskientutkimus ja tulevaisuustietoisuus

Tulevaisuuskientutkimus, josta voidaan käyttää myös nimitystä tulevaisuudentutkimus, tunnistaa tulevaisuuden lukemattomat mahdollisuudet ja vaihtoehdot (Bell, 1997, s. 1), ja näiden monien tulevaisuuksien olemassaolon vuoksi tieteenala käyttää monikollista nimitystä (Kuusi & Virmajoki, 2022, s. 22; Yeoman ym., 2012, s. 4). Tulevaisuuskientutkimus tarkastelee ja rakentaa kuvia mahdollisista, todennäköisistä ja toivottavista tulevaisuuksista sekä hahmottelee polkuja kohti näitä tulevaisuuksia (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 1). Tulevaisuusajattelussa on aina mukana epävarmuuden elementti, vaikka voimmekin valmistautua tulevaisuuteen erilaisin tavoin (Bell, 1997, s. 1–2). Vaikka tulevaisuuskientutkimus ei voikaan tarjota tarkkoja ennusteita, joita voidaan sellaisinaan soveltaa päätöksenteossa, se voi helpottaa erilaisiin tulevaisuuden mahdollisuuksiin varautumisessa ja haastaa tulevaisuutta koskevia oletuksia (Kuusi & Virmajoki, 2022, s. 26).

Tulevaisuustietoisuus muodostuu prosesseista, jotka vaikuttavat siihen, miten ihminen projisoi itsensä ja sosiaalisen ympäristönsä mahdollisiin tulevaisuuksiin ja mukautuu niihin, kun tulevaisuudesta tulee nykyisyyttä. Tulevaisuustietoisuus vaikuttaa kykyyn nähdä mahdollisia tulevaisuuksia ja pyrkiä ihanteellisia tulevaisuuksia kohti. (Ahvenharju, Lalot, Minkkinen & Quiazade, 2021.) Rubin (2002) määrittelee tulevaisuustietoisuuden aktiiviseksi ja toimintaan ohjaavaksi näkökulmaksi tulevaisuuteen, nykyhetkeen ja menneisyyteen sekä näiden välisiin suhteisiin. Tulevaisuustietoisuudessa keskeistä on pyrkimys saada käsitys asioiden ja päivittäisten toimien merkityksistä ja seurauksista (Rubin, 2002, s. 904).

Tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden malli

Teoreettinen viitekehäkseni on Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin (2018) tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden malli, joka soveltuu erityisesti tulevaisuutta koskevia diskursseja tarkasteleviin laadullisiin tutkimuksiin (s. 11–12). Viisi ulottuvuutta ovat aikakäsitys, toimijuus, avoimuus vaihtoehdoille, systeemisyyden ja vastuullisuus. Kolme ensimmäistä ulottuvuutta keskittyvät itse toimijaan, ja kaksi jälkimmäistä tarkastelevat laajempaa yhteiskunnallista tulevaisuusajattelun tasoa. (Ahvenharju, 2022; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 11–12.)

Aikakäsityksen ulottuvuus on tulevaisuustietoisuuden mallin perusta, korostaa pitkän aikavälin ajattelun arvoa ja merkitystä sekä menneisyyden, nykyhetken ja tulevaisuuden ymmärtämistä (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7). Keskeistä on ajan kulun hahmottaminen menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden jatkumona, jossa tapahtumat ja niiden seuraukset seuraavat toisiaan (Ahvenharju, 2022, s. 54). Toimijuuden ulottuvuudelle keskeistä on tarkastella yksilön luottoa omaan kykyynsä vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin, koska ennalta määrättyä tulevaisuutta ei ole olemassa (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 9).

Avoimuus vaihtoehdoille on ulottuvuus, joka herkistää yksilön tai järjestelmän kyseenalaistamaan totuuksia ja auktoriteetteja, tunnistamaan erilaisia vaihtoehtoja sekä varautumaan tulevaisuuden mukanaan tuomiin yllätyksiin (Ahvenharju, 2022, s. 54; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9–10). Systeemisyyden ulottuvuuden keskiössä ovat erilaisten järjestelmien väliset yhteydet sekä päätösten vaikutukset. Systeemisyyden on tarpeen, jotta päätösten vaikutuksia voidaan ymmärtää kokonaisvaltaisesti ja pitkällä aikavälillä. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10; Ahvenharju & Poursu-Mikkola, 2022, s. 393.) Vastuullisuuden ulottuvuudessa korostuvat muista huolehtiminen ja pohdinta siitä, millaiseen tulevaisuuteen tulisi tähdätä. Keskeistä on tunnistaa tapoja, joilla yksilö pyrkii kohti kaikille parempaa maailmaa. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10.)

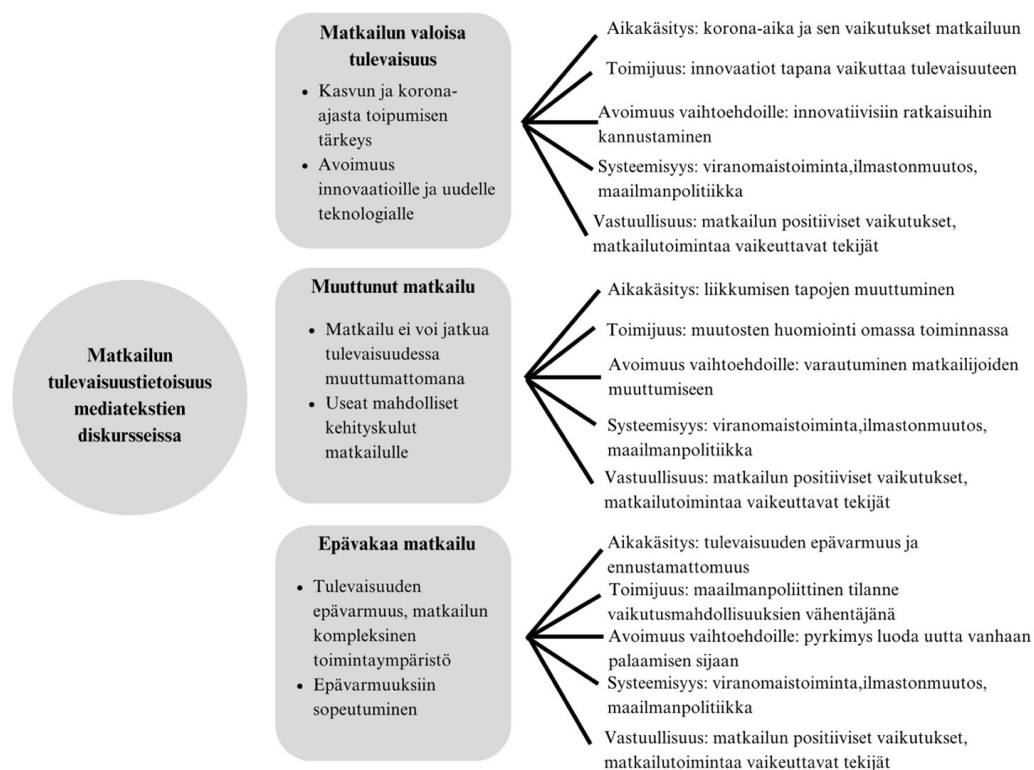
Matkailun moninaiset tulevaisuudet

Matkailun tulevaisuus

Aineistostani rakentui kolme diskurssia: matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssi, muuttuneen matkailun diskurssi ja epävakaa matkailun diskurssi

(kuvio 1). Aineistossani on selkeästi nähtävissä se, että media-artikkelit sijoittuvat julkaisuajankohtansa puolesta korona-ajan jatkumolle. Korona-aika vaikuttaa puhetapoihin pandemian aikana sekä sen jälkeen. Korona-aika merkityksellistyy kaikissa kolmessa diskurssissa esimerkiksi myynnin palautumisen, bisnesmatkailun vähenemisen ja epävarmuuden korostumisena.

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa korona-ajasta toipuminen asetetaan matkailun pelastajan rooliin. Samalla toipuminen mahdollistaa uusien innovaatioiden ja teknologian kehittämisen ja käyttöönoton. Diskurssissa pääsee ääneen monipuolinen otanta matkailualan toimijoita, vaikka johto- ja asiantuntijatasen toimijat saavatkin eniten puheenvuoroja. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssia esiintyy eniten koronapandemian jälkeen julkaistuissa artikkeleissa. Diskurssissa keskeistä on vahva usko siihen, että matkailu tulee tulevaisuudessakin menestymään ja kasvamaan.



Kuvio 1. Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskurssissa

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa korona-ajasta toipuminen asetetaan matkailun pelastajan rooliin. Samalla toipuminen mahdollistaa uusien innovaatioiden ja teknologian kehittämisen ja käyttöönoton. Diskurssissa pääsee ääneen monipuolinen otanta matkailualan toimijoita, vaikka johto- ja asiantuntijatasen toimijat saavatkin eniten puheenvuoroja. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssia esiintyy eniten koronapandemian jälkeen julkaistuissa artikkeleissa. Diskurssissa keskeistä on vahva usko siihen, että matkailu tulee tulevaisuudessakin menestymään ja kasvamaan.

Muuttuneen matkailun diskurssissa matkailualalle tunnistetaan useita vaihtoehtoisia kehityskulkuja. Matkailun kehitykseen vaikuttavat useat tekijät, joista merkittävimpiä ovat ilmastonmuutos ja matkailijoiden käyttäytymisen ja asenteiden muuttuminen. Muutokset voivat tulevaisuudessa johtaa esimerkiksi maata pitkin matkustamisen kasvuun lentämisen sijaan tai lähi- ja kotimaanmatkailun kasvuun. Muuttuneen matkailun diskurssia esiintyy aineistossa monipuolisesti kaikkien toimijoiden puheissa, vaikka eniten puheenvuoroja saavat asiantuntijat ja johtotason toimijat. Muuttuneen matkailun diskurssia on havaittavissa aineistossani kattavasti julkaisuajankohdasta ja julkaisijasta riippumatta.

Epävakaan matkailun diskurssi esittää matkailun epävarmana ja kompleksisena alana, jonka tulee sopeutua jatkuviin muutoksiin voidakseen menestyä. Muita diskursseja voimakkaammin esitetään ymmärrystä siitä, ettei matkailu ole saari irrallaan muusta yhteiskunnasta, vaan ala, johon yhteiskunnalliset muutokset vaikuttavat nopeasti ja yllättävästikin. Diskurssissa äänessä ovat eniten asiantuntijat, mutta puheenvuoroja saavat myös matkailualan yrittäjät ja opiskelijat. Epävakaan matkailun diskurssia esiintyy ajallisesti eniten vuoden 2020 jälkeen, erityisesti vuoden 2022 mediateksteissä.

Tulevaisuustietoisuuden viisi ulottuvuutta kietoutuvat aineistostani rakentuneissa diskursseissa toisiinsa (kuvio 1). Aikakäsityksen ulottuvuus näkyy erityisesti tavoissa, joilla koronapandemiaa merkityksellistetään, ja aineistossa puhuvat toimijat hahmottavat ajan kulun ja tapahtumien seuraukset. Toimijuuden ulottuvuutta diskursseissa edustaa erityisesti puhe innovaatioista ja globaaleista suurista muutoksista, jotka vaikuttavat matkailuun. Aineiston puhujat ovat motivoituneita vaikuttamaan tulevaisuuteen. Avoimuus vaihtoehdoille näkyy kaikissa diskursseissa, koska niistä jokaisessa kyseenalaistetaan aiempia toimintatapoja ja pyritään kohti uusia. Systeemisyyden ulottuvuudessa keskeistä on tunnistaa järjestelmien välisiä yhteyksiä. Mediateksteissä järjestelmien yhteyksiin viitataan puhuttaessa viranomaistoiminnasta koronapandemian aikana sekä ilmastonmuutoksen ja maailmanpoliittisen tilanteen vaikutuksista matkailuun. Vastuullisuuden ulottuvuus näkyy diskursseissa toimijoiden pohdintana kestävyiden ja kasvun tavoitteiden välillä. Puhujat korostavat matkailun tuottamia positiivisia vaikutuksia syrjäisemmille alueille sekä toimivien liikenneyhteyksien tärkeyttä.

Innolla kohti tulevaa

Tutkimukseni osoittaa, että matkailun tulevaisuuksien moninaisuus tunnistetaan ja matkailualan toimijat huomioivat tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhkatekijät. Matkailun tulevaisuutta pohtivat niin opiskelijat, yrittäjät, johtajat kuin asiantuntijat ja toimittajatkin. Diskurssit ovat yhteiskunnallisia käytäntöjä, jotka muovaavat sekä puhujia että kuulijoita, ja median esitykset nostavat uusia aiheita yhteiskunnalliseen keskusteluun (Seppänen & Väliaverronen, 2012; Väliaverronen, 1993, s. 28–32). Erityisesti aineistoni asiantuntijoiden, muun muassa tutkijoiden, futuristien ja matkailua kehittävien toimijoiden, kommentoissa näkyy median ohjaavan roolin tunnistaminen – asiantuntijat tarjoavat kehitysideoita ja kannustavat innovoimaan, ja pyrkivät siten innostamaan matkailualan toimijoita kehittämään uusia ratkaisuja ja suhtautumaan tulevaisuuteen toiveikkaasti.

Tulevaisuustietoisuus rakentuu matkailun tulevaisuutta käsittelevissä mediateksteissä teorian viittä ulottuvuutta mukailen, ja tulevaisuus esitetään moninaisena ja arvaamattomana kenttänä, jota kohtaan matkailualan toimijat esittävät vastuuntuntoa ja kiinnostusta. Diskursseissa merkityksellistyy myös motivaatio vaikuttaa tulevaisuuteen omien päätösten ja toimintatapojen kautta. Matkailulle voidaan esittää useita erilaisia tulevaisuuskuvia, ja aineistostani rakentuvat diskurssit ohjaavat matkailualan toimijoita innovoimaan rohkeasti uusia ratkaisuja. Samanaikaisesti diskursseissa nostetaan esiin haastaviin ja epävakaisiin tulevaisuuden olosuhteisiin varautuminen. Diskurssien tuottamassa sosiaalisessa todellisuudessa matkailualan tulevaisuuksiin voi vaikuttaa, eikä menestyksestä matkailua haasteidenkaan keskellä esitetä mahdollisena. Matkailu merkityksellistyy muutoksiin tottuneeksi alaksi, jolla myös tulevaisuustietoisuus on korkealla tasolla – aineiston puhujat pohtivat mahdollisia tulevaisuuksia ja arvottavat niitä vaikuttaen siten aktiivisesti siihen, millainen matkailun tulevaisuus tulee olemaan (ks. Ahvenharju, Lalot, Minkkinen & Quiamzade, 2021; Rubin, 2002).

Lähteet

- Ahvenharju, S. (2022). Futures consciousness as a human anticipatory capacity: Definition and measurement. Väitöskirja. Turun yliopisto.
- Ahvenharju, S., Lalot, F., Minkkinen, M. & Quiamzade, A. (2021). Individual futures consciousness: Psychology behind the five-dimensional futures consciousness scale. *Futures*, 128, 102708. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2021.102708>
- Ahvenharju, S., Minkkinen, M., & Lalot, F. (2018). The five dimensions of Futures Consciousness. *Futures : the journal of policy, planning and futures studies*, 104, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.06.010>
- Ahvenharju, S. & Pouru-Mikkola, L. (2022). Tulevaisuustietoisuus ja tulevaisuuslukutaito – kuinka kohtaamme, kuvittelemme ja käytämme tulevaisuutta? Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) (2022). Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä (s. 389–399). Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia julkaisuja 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Julkaistu myös verkossa: <https://tututopi.files.wordpress.com/2022/03/tva-1-2022-siivonen.pdf>
- Bell, W. (1997). *Foundations of futures studies: Human science for a new era*. Vol. 1, History, purposes and knowledge. Transaction Publishers.
- Butler, R. (2020). Tourism – resilient but vulnerable as “the times they are a changing” in the “new normality.” *Worldwide Hospitality & Tourism Themes*, 12(6), 663–670. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1108/WHAT-07-2020-0063>
- Harju, E. (2023). Toiveena kristallipallo: Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskursseissa. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.
- Hiltunen, E. (2019). Matkailun tulevaisuus -raportti. Helsingin Matkailusäätiö.
- Kapuściński, G. & Richards, B. (2022). Destination risk news framing effects – the power of audiences. *Service Industries Journal*, 42(1/2), 107–130. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1108/02642069.2018.1441402>
- Kuusi, O. & Virtajoki, V. (2022). Tulevaisuuksientutkimuksen filosofiset perusteet. Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) (2022). Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä (s. 22–39). Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia julkaisuja 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Julkaistu myös verkossa: <https://tututopi.files.wordpress.com/2022/03/tva-1-2022-siivonen.pdf>

- Lalot, F., Ahvenharju, S., Minkkinen, M., & Wensing, E. (2020). Aware of the future? Development and validation of the Futures Consciousness Scale. *European Journal of Psychological Assessment*, 36(5), 874–888. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1027/1015-5759/a000565>
- Pernecky, T. (2012). Constructionism: Critical pointers for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1116–1137.
- Perse, E. M. & Lambe, J. (2016). *Media effects and society* (2. painos). New York: Routledge.
- Rubin, A. (2002). Tulevaisuudentutkimuksen käsitteitä. Teoksessa Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2002). *Tulevaisuudentutkimus: perusteet ja sovelluksia*, 889–908. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Schweinsberg, S., Darcy, S., & Cheng, M. (2017). The agenda setting power of news media in framing the future role of tourism in protected areas. *Tourism Management*, 62, 241–252. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1016/j.tourman.2017.04.011>
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. (2012). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). (2022). *Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023* (PDF). Haettu 20.1.2023 osoitteesta <https://tem.fi/suomen-matkailustrategia>
- Väliverronen, E. (1993). Diskurssien verkossa: Joukkoviestimet, julkisuus ja valta. *Media & Viestintä*, 16(1). Haettu 11.1.2023 osoitteesta <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/71121>
- Wright, D.W. (2021). Travel and the climate crisis: exploring COVID-19 impacts and the power of stories to encourage change. *Journal of Tourism Futures*, 9(1), 116–135. DOI 10.1108/JTF-03-2020-0043
- Yeoman, I., Tan, L. Y. R., Yu, R. L., Mars, M. & Wouters, M. (2012). *2050 - tomorrow's tourism*. Channel View Publications.
- Yildiz, A., Guzel, O., Yildiz, M., Ceyhan, S. Pless, N. & Aytakin, I. (2022). Media representation of COVID-19 pandemic and its impact on Australian hospitality businesses. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 1–19. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/13032917.2022.2109051>