



Matkailututkimus 14:1/2018

© Suomen matkailututkimuksen seura

SISÄLLYSLUETTELO

Matkailututkimus 14:1/2018

PÄÄKIRJOITUS

Millaiseen tulevaisuuden matkailuun osallistumme?

Outi Rantala

4

ARTIKKELIT

📄 Yrittäjien näkemykset hiihdon maailmanmestaruuskilpailujen vaikutuksista Lahden keskustan elinvoimaisuuteen

Satu Parjanen

7

📄 Väylänvarrella – Tieteidenvälisen dialogin soveltamisesta luontomatkoille suunnitteluun

Miia Mäkinen, Outi Rantala & Kaarina Tervo-Kankare

26

KATSAUKSET

📄 Paikallisen ruoan matkailullinen vetovoima: Kirjallisuuskatsaus

Monika Lühje & Ritva Saari

42

LEKTIOT

Botswana tourism operators' and policy makers' perceptions and responses to climate change

Wame L. Hambira

55

PUHEENVUOROT

Vedenkulutusaineiston hyödyntäminen matkailijamäärien arvioinnissa

Pasi Satokangas & Markku Vieru

60

Joulu ja hevimusiikki uusheimon rakentajina

Tea Koskela

63

AJANKOHTAISTA

Matkaopas kulttuurimatkoille Lappiin

Jarkko Saarinen

67

TEFI10 – Ajatuksia arvoista ja välittämisestä

Johan Edelheim

70

Millaiseen tulevaisuuden matkailuun osallistumme?

Wame Lucretia Hambiran lektion aloitus lehtemme tässä numerossa kuulostaa hyvin tutulta: kansalliset sanomalehdet ovat viime aikoina kertoneet kilvan matkailun kasvusta. Hambiran väitöstutkimuksen kohteena olleen Botswanan matkailun tavoin Suomen matkailun kasvua on tänä vuonna hehkutettu raportoimalla saavutetuista haamurajoista (6 miljoonan yöpymisen raja), kasvuprosenteista, kansainvälisten matkailijoiden määrästä ja sijoituslukemista verrattuna muihin matkailumaihin. Hambiran väitöstutkimus ei kuitenkaan käsitellyt matkailun kasvua vaan sitä, miten päättäjät ja matkailutoimijat suhtautuvat ilmastonmuutokseen. Tulokset osoittivat, että suhtautuminen on jokseenkin huoletona, mikä saattaa johtua ilmastonmuutoksen näkemisestä tulevaisuuden – ei käsillä olevan ajan – ongelmana.

Voimakkaasti kasvavan matkailualan tulevaisuuden suuntien, hallinnan ja käytäntöjen hahmottaminen on haastavaa. Tulevaisuuden tutkijat kuitenkin painottavat, että tulevaisuus tapahtuu tässä ja nyt – se tapahtuu niissä valinnoissa, joita nyt teemme, ja esimerkiksi valintojemme taustalla vaikuttavien arvojen tunnistamisessa (Kyyrä, 2017). Sen lisäksi, että pyrimme hahmottamaan, kuinka tutkimustemme kohteena olevat matkailutoimijat, matkailijat, paikalliset asukkaat tai päättäjät tuottavat tulevaisuutta tämän hetken toiminnastaan käsin, voimme myös pohtia, kuinka me tutkijat ja asiantuntijat tuotamme tulevaisuutta omista valinnoistamme käsin. John Law ja John Urry kirjoittivatkin vuonna 2004 *Economy and Society* -lehdessä, että meidän tulisi tutkijoina pohtia, millaisia todellisuuksia pyrimme tutkimustemme kautta esittämään ja luomaan. Akateemisen elämän pyörteessä meiltä vaaditaan hyvää keskittymiskykyä, jotta pystymme pysähtymään ja pohtimaan, millaista tulevaisuutta valintamme tässä ja nyt mahdollisesti tuottavat. Millaisiin tulevaisuuden matkailun käytäntöihin ja järjestyksiin osallistumme tutkimuksillamme (Jóhannesson, Ren & van der Duim, 2012)?

Matkailututkimus-lehden tämän numeron artikkelien voidaan ajatella osallistuvan esimerkiksi sellaisten järjestysten esiin tuomiseen, jotka huomaamatta vaikuttavat viihtymiseen ja hyvinvointiin. Satu Parjasen artikkelissa tarkastellaan hiihdon maailmanmestaruuskilpailujen vaikutuksia Lahden keskustan elinvoimaisuuteen. Parjasen tutkimuksen tulokset osoittivat MM-kisojen tuoneen kaupungin keskustaan uudenlaista ja kaivattua vilskettä – ja vaikuttaneen erityisesti yrittäjien kokemaan yhteisöllisyyden tunteeseen ja kotikaupunkiylpeyteen. Nämä tunteet olivat syntyneet konkreettisten yhteisten tekemisten kautta. Miia Mäkisen, Outi Ranta-

lan ja Kaarina Tervo-Kankareen artikkelissa puolestaan on kyse monitieteisestä, luontomatkailukohteen suunnittelua koskevasta vuoropuhelusta Väylänvarrella Länsi-Lapissa. Asuttamisen näkökulmaa soveltamalla he pyrkivät tuomaan luontomatkailukohteen suunnitteluprosesseihin mukaan luontosuhdetta edistäviä näkökulmia.

Monika Lüthjen ja Ritva Saaren kirjallisuuskatsauksessa kysytään, miksi matkailukohteen paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita. Lüthjen ja Saaren mukaan tutkimukset ovat toistaiseksi pyrkineet kattamaan kaikki ne merkitykset, joita paikalliseen ruokaan matkailijoiden näkökulmasta sisältyy. He kannustavat tutkijoita soveltamaan jatkossa sellaisia lähestymistapoja, joissa keskitytään avaamaan tarkemmin paikalliseen ruokaan liittyviä yksittäisiä merkityksiä ja niihin liittyvää teoreettista keskustelua.

Käsillä olevan numeron puheenvuorot nostavat esiin muun muassa erilaisten tutkimusaineistojen mahdollisuuksia: Pasi Satokangas ja Markku Vieru pohtivat, miten tietoja vedenkulutuksen muutoksista voitaisiin käyttää keinona arvioida matkailun kasvun todellista määrää. Tea Koskelan puheenvuorossa puolestaan kuvataan twiitti-aineiston pohjalta tehdyn pro gradu -tutkimuksen tuloksia. Koskelan mukaan Twitterissä rakentuva Raskasta Joulua -uusheimo on esimerkki nykyajalle tyypillisestä yleisöjen pirstaloitumisesta. Palveluja räätälöidään entistä pidemmälle, minkä vuoksi erityisesti markkinoinnin näkökulmasta on tärkeää selvittää tarkemmin, mikä saa ihmiset liittymään ainakin hetkellisesti osaksi erilaisia yhteisöjä.

Jarkko Saarisen kirja-arvostelu Hanna Apajalahden (2017) teoksesta *Kulttuurimatkailijan Lappi* avaa lehtemme uuden Ajankohtaista-palstan. Johan Edelheim kirjoittaa Ajankohtaista-palstalla kuulumisia TEFI10-konferenssista Pyhänturilta. Hän kuvaa samalla osallisuuttaan TEFI-verkostossa merkittävänä keinona reflektoida omaa ajattelutapaansa ja tieteen tekemisen tapaansa. Toivomme jatkossakin palstalle kirja-arvosteluita, konferenssiraportteja ja esimerkiksi haastatteluita.

Matkailututkimus-lehden tämän vuoden toinen numero keskittyy perinteisesti nimettyyn teemaan, joka tällä kertaa on *Paikallinen arki matkailussa*. Teemanumeron tavoitteena on ottaa osaa kasvavan matkailun ilmiön tarkasteluun ja ymmärtämiseen – paikallisesta arjesta käsin. Millaisia osallistumisen mahdollisuuksia ja osallisuuden kokemuksia matkailu voi tarjota erilaisille toimijoille, kuten asukkaille, yrittäjille, yhdistyksille, urheiluseuroille, tai muille kansalaistoiminnan muodoille? Teemanumeron avulla pyrimme antamaan tilaa erilaisille äänille kasvua painottavissa keskusteluissa ja olemme samalla mukana luomassa tulevaisuuden matkailun järjestyksiä. Teemanumeron toimittavat Maria Hakkarainen, Minni Haanpää ja Anu Harju-Myllyaho. Siihen tarkoitettujen tekstien abstraktit tulee lähettää hyväksyttäväksi viimeistään 30.8.2018 osoitteeseen: maria.hakkarainen(at)ulapland.fi. Käsikirjoitukset lähetetään arvioitaviksi journal.fi-palvelussa viimeistään 15.10.2018.

Rovaniemellä 21.6.2018

Outi Rantala

Päätoimittaja

Lähteet

- Jóhannesson, G. T., Ren, C. & van der Duim, R. (2012). Gatherings: Ordering, materiality and multiplicity. Teoksessa G. T. Jóhannesson, C. Ren & R. van der Duim, R. (toim.), *Actor-network theory and tourism: Ordering, materiality and multiplicity* (s. 164–173). London: Routledge.
- Kyyrä, S. (2017). Matkailun ennakointi. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 198–203). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Law, J. & Urry, J. (2004). Enacting the social. *Economy and Society*, 33, 390–410.
<https://doi.org/10.1080/0308514042000225716>



Yrittäjien näkemykset hiihdon maailmanmestaruuskilpailujen vaikutuksista Lahden keskustan elinvoimaisuuteen

Satu Parjanen

Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Abstract

The impacts of sport events have been divided into economic, ecological and social impacts. This study examines the impacts of Nordic World Ski Championships in Lahti 2017 from the perspective of the entrepreneurs in the city centre. The data were collected with the help of semi-structured interviews. Altogether 24 interviews were conducted after the Nordic World Ski Championships in the spring of 2017. The economic impacts were mostly focused on the restaurants, but also entrepreneurs from other branches recognized increases in their businesses or number of clients. There were also many entrepreneurs that did not expect any economic benefits. Nevertheless, they wanted to participate in creating an event atmosphere. The social impacts like strengthening the sense of community, increased co-operation and community pride were highlighted in the study. In organizing a sport event, the entrepreneurs are an essential stakeholder group. However, it can not be taken for granted that the entrepreneurs will participate in creating a common atmosphere during the sport event. This study highlights the role of brokering organizations in providing information, motivating, innovating and creating collaboration possibilities.

Keywords: sport event, Nordic World Ski Championships, impacts, entrepreneurs, city centres

Johdanto

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan vuonna 2017 järjestettyjen hiihdon maailmanmestaruuskilpailujen vaikutuksia Lahden kaupungin keskustan elinvoimaisuuteen yrittäjien näkökulmasta. Keskustojen elinvoimaisuutta uhkaa muun muassa asiakkaiden siirtyminen keskustojen ulkopuolisiin ostoskeskuksiin ja verkkokauppaan (Gorter, Nijkamp & Klamer, 2003; Warn-

by & Medway, 2004; Weltevreden & van Rietbergen, 2007). Monissa kaupungeissa päivittäis-tavarakaupoilla on kokonaismyyntipinta-alaa enemmän niin sanotuilla kaupan alueilla kuin itse keskustassa. Viimeaikainen kehitys on myös saanut perinteisesti keskustassa toimineita toimialoja, kuten vaate-, kirja- ja urheilukauppoja, hakeutumaan pois keskustoista. (Rehunen ym., 2014.)

Asumisen näkökulmasta kaupunkikeskustojen asema on edelleen varsin vahva, ja keskustat koetaan miellyttäväksi asuinympäristöksi (Vasanen, 2010). Uudisrakentaminen on vahvistanut keskustojen merkitystä asumisen paikkoina (Rehunen ym., 2014). Uudet asunnot houkuttelevat keskustaan lisää asukkaita, mikä lisää palveluiden käyttöä ja houkuttelee parhaimmassa tapauksessa myös uusia yrittäjiä keskustaan (Parjanen, Rantala & Laakso, 2016). Sen sijaan keskustoissa sijaitsevien työpaikkojen osuus kaupunkiseutujen kaikista työpaikoista on vähentynyt merkittävästi, mikä on heikentänyt keskustojen asemaa kaupalle suotuisina paikkoina (Rehunen ym., 2014).

Kaupan hajaantumisesta huolimatta kaupallisuus on tunnustettu tärkeäksi tekijäksi kaupunkikeskustan kehittämiseksi (Bromley & Thomas, 2002; Warnaby, Bennison & Davies, 2005; Warnaby & Medway, 2004). Aikaisemmin keskustoja muokkasi muun muassa autoistuminen (Rehunen ym., 2014; Viitamies, 2016), nyt niitä muokkaavat kuluttaminen ja kulutustottumusten muuttuminen (Mäenpää, 2005). Keskustassa asioidaan henkilökohtaisen palvelun ja ympäristön viihtyisyyden takia (Medrano, Olarte-Pascual, Pelegrín-Borondo & Sierra-Murillo, 2016). Ostosten lomassa on mukava kävellä kaupungilla ja tarkkailla ympäristöä.

Yhtenä keinona viihtyisyyden lisäämiseksi ja sitä kautta ihmisten saamiseksi keskustaan on mainittu erilaiset tapahtumat (Ozuduru & Guldmann, 2013; Parjanen, Rantala & Laakso, 2016). Esimerkiksi erilaiset urheilutapahtumat saattavat tuoda merkittävän lisän alueen tai kaupungin taloudelliseen kehittymiseen ja antaa sysäyksen sen liiketoiminnan kehittämiseksi (Burgan & Mules, 2001; Chalip & McGuirty, 2004; Spilling, 1996.)

Varsinkin suuremmilla tapahtumilla pyritään lisäämään kaupungin, alueen tai kansakunnan yleistä tunnettuutta, vetovoimaisuutta ja hyödynnettävyyttä matkailukohteena (Getz, 2008; Spilling, 1996). Tapahtuma voidaan nähdä välineenä, jolla saavutetaan edellä mainittuja tavoitteita (Chalip & McGuirty, 2004). Tapahtumamatkailua voidaankin määritellä matkailun lisäksi aluekehityksen näkökulmasta: tapahtumilla voidaan kehittää aluetta ja tapahtumista voidaan rakentaa alueellisia vetovoima- ja imagoitekohteita (Burgan & Mules, 2001; Spilling, 1996). Vaikka tapahtumat ovat ajallisesti lyhyitä ja projektimaisia kokonaisuuksia, ne voivat onnistuessaan houkutellessa alueelle suuriakin matkailijamääriä (Spilling, 1996; Whitford, 2009).

Lahdessa järjestettiin hiihdon maailmanmestaruuskilpailut (MM-kisat) 22.2.–5.3.2017. Ne onnistuivat urheilullisesti, mutta taloudellisesti ne tuottivat järjestäjilleen tappiota. MM-kisojen taloudellisena voittajana pidetään kuitenkin Lahden talousaluetta, jonne on arvioitu jääneen noin 22 miljoonaa euroa ulkomaisten ja kotimaisten kisavieraiden, lehdistön edustajien ja maajoukkueiden tuomana (Lafin ym., 2017, s. 14–15). MM-kisojen vaikuttavuudesta on tehty erilaisia tutkimuksia. Lahden ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijat selvittivät asiakas-tyytyväisyyskyselyllä kävijöiden mielipiteitä kisojen tunnelmasta ja toteutuksesta sekä kisoihin saapumisen motiiveja. Kyselyn mukaan yli 90 prosenttia MM-kisojen kisavieraista oli tyytyväi-

siä kisojen tunnelmaan ja miltei 90 prosenttia suosittelisi tapahtumaa ystävilleen. (Heikkinen, Anttila & Nipuli, 2017; Suvinen, 2017.) Yhteistyössä Lahden kaupungin, Lahti Regionin, Suomen Olympiakomitean sekä opetus- ja kulttuuriministeriön kanssa toteutettiin laaja vaikuttavuustutkimus, jossa selvitettiin MM-kisojen taloudellisia ja matkailullisia vaikutuksia sekä median kokonaisnäkyvyyttä, sosiaalisia vaikutuksia ja ympäristövaikutuksia (Olympiakomitea, 2017). Vaikuttavuustutkimuksen mukaan kisavieraat kuluttivat tapahtuman yhteydessä 18,88 miljoonaa euroa. Vieraista 40 prosenttia tuli Lahden alueelta, 48 prosenttia muualta Suomesta ja 12 prosenttia Suomen ulkopuolelta. Ongelmaksi todettiin majoituskapasiteetin puute, minkä takia majoittuvista kisavieraista miltei puolet yöpyi Lahden ulkopuolella. MM-kisat takasivat Lahdelle myös merkittävän medianäkyvyyden, kun 22 tv-yhtiötä eri puolilta maailmaa välitti kisalähetyksiä. Tv-lähetystä tehtiin kaikkiaan 236 miljoonaa tuntia, josta suoraa lähetystä oli 202 miljoonaa tuntia. (Lafin ym., 2017.)

Urheilutapahtumia koskevissa tutkimuksissa on alettu korostaa paikallisten asukkaiden merkitystä tapahtumien järjestämisessä (esim. Ferrara, 2017; Fredline, 2005; Taks, 2013). Esimerkiksi se, miten tyytyväisiä paikalliset asukkaat itse ovat tapahtumaan, vaikuttaa merkittävästi tapahtuman potentiaalisten vaikutusten konkretisoitumiseen (Kim & Walker, 2012). Keskeinen sidosryhmä urheilutapahtuman järjestämisessä ovat myös yrittäjät (Chalip & Leyns, 2002). Yrittäjien roolia urheilutapahtumissa on tutkittu esimerkiksi sponsoroinnin näkökulmasta (Kuusisto, 2016). Tutkimusta on tehty myös toimialakohtaisesti; muun muassa matkailuyritysten toimintaympäristön kehittämistä urheilutapahtuman avulla on tutkittu (Saastamoinen, 2016). Chalip ja Leyns (2002) tutkivat urheilutapahtuman vaikutuksia paikalliseen liiketoimintaan ja tulivat siihen johtopäätökseen, että yrittäjät eivät välttämättä hyödynnä urheilutapahtumien järjestämiseen sisältyvää potentiaalia. Myös tässä artikkelissa esiteltävässä tutkimuksessa aiheena ovat urheilutapahtuman vaikutukset paikalliseen liiketoimintaan, tarkemmin sanottuna Lahden keskustan yrittäjien kokemukset MM-kisojen vaikutuksista omaan liiketoimintaansa ja laajemmin koko keskustan elinvoimaisuuteen. Tutkimusaihe muotoutui aikaisempien yrittäjähaastattelujen pohjalta – tapahtuminen merkitys oli noussut niissä toistuvasti esille yhtenä mahdollisena keskustan elinvoimaisuutta rakentavana tekijänä.

Urheilutapahtumat tutkimuksessa

Tapahtumiksi lasketaan asiayhteydestä riippuen melkein mitä tahansa pienistä, yksittäisistä tilaisuuksista aina massatapahtumiin saakka. Tapahtumia onkin luokiteltu muun muassa niiden koon ja laajuuden mukaan: megatapahtumiin (kuten olympialaiset), tietyille alueelle tai kaupungille tunnusomaisiin, merkittäviin tapahtumiin (kuten Rion karnevaalit), suur tapahtumiin (kuten eri urheilulajien maailmanmestaruuskilpailut) sekä pienempiin paikallisiin ja yhteisöllisiin tapahtumiin. (Getz, 2008; Getz & Page, 2016.) Määrittelyn taustalla on tapahtuman saavuttama kävijämäärä, tunnettavuus ja mediakattavuus (Müller, 2015).

Tapahtumat ovat paikkaan sidottuja, ja niihin liitetään usein ajallinen tilapäisyys, sosiaalisuus, sisällöllinen moninaisuus ja julkisuus. Tapahtumiksi voidaan määrittellä esimerkiksi taide-, kulttuuri- ja viihdetapahtumat, poliittiset ja valtiolliset tapahtumat, opetukselliset ja

tieteelliset tapahtumat ja urheilutapahtumat. Urheilutapahtumiin puolestaan kuuluvat sekä pienet että suuret, paikalliset, kansalliset ja kansainväliset urheilukilpailut. Ne voivat olla ai-noastaan kilpailijoille tai katsojille tai molemmille tarkoitettuja. (Getz, 2008; Getz & Page, 2016.)

Urheilutapahtumien, varsinkin urheilun suurtapahtumien, tutkimus on yksi merkittävä tapahtumatutkimuksen osa-alue (Getz, 2008). Tapahtumat ovat kautta aikojen houkutelleet matkailijoita ja tuottaneet heille erilaisia elämyksiä ja kokemuksia. Tutkimuksen näkökulmasta erilaisia urheilutapahtumia lähestytäänkin usein matkailullisina kokonaisuuksina (Gerz, 2008; Getz & Page, 2016), jolloin tutkimuksen avulla pyritään muun muassa ymmärtämään urheilutapahtumiin liittyvää kuluttajakäyttäytymistä. Åren alppihiihdon maailmanmestaruuskilpailuissa tehdyn tutkimuksen (Pettersson & Getz, 2009) mukaan kuluttajakäyttäytymistä ohjaavat vahvasti sosiaaliset tekijät: ihmiset haluavat olla siellä, missä muutkin ovat. Urheilua aktiivisesti seuraaville kilpailujen taso ja omien suosikkien menestyminen ovat tärkeitä syitä tulla urheilutapahtumaan. Kaikki kisavieraat eivät kuitenkaan saavu paikalle urheilun vaan esimerkiksi ainutlaatuisen ilmapiirin ja viihteellisyysden takia (Pettersson & Getz, 2009).

Urheilutapahtumia voidaan tutkia myös kilpailuihin osallistuvien näkökulmasta (Kim & Trail, 2010; Trail, Fink & Anderson, 2003). Esimerkiksi Takalo (2015) selvitti, minkälaisia suunnistajaryhmiä osallistui Kainuun Rastiviikolle ja mitkä olivat heidän osallistumisensa motiivit. Motiiveiksi osoittautuivat suunnistussisältö, tapahtuman sisältö, matkakohde, perinteet, oma status, suunnistusviihde, rentoutuminen ja sosiaalinen kanssakäyminen. Laaksonen ja Nypelö (2016) puolestaan tutkivat, mikä motivoi pitkänmatkanjuoksijoita osallistumaan juoksutapahtumiin ulkomailla, ja totesivat osallistumisen taustalla olevan hyvinvoinnin tavoittelun sekä uudenlaisten kokemusten hankkimisen.

Jonkin verran tutkimusta on tehty tapahtumajohtamisen näkökulmasta (Park & Park, 2017). Tämän aihepiirin vähäistä esilläoloa tutkimuksessa selittää se, että urheilutapahtumia toteutettiin pitkään amatööritasoisesti yrityksen ja erehdyksen kautta ennen toimialan ammattimaistumista (Emery, 2010). Emeryn (2010) mukaan urheilutapahtumien järjestämisessä ilmenee edelleenkin paljon erilaisia ongelmia, joihin voitaisiin varautua eri toimijoiden yhteissuunnittelulla, proaktiivisuudella ja verkostoitumisella. Urheilutapahtuman järjestämistä leimaa monimutkaisuus ja eri osatekijöiden linkittyminen toisiinsa, jolloin muun muassa johtamisen prosessit ja johtajien taidot korostuvat (Emery, 2010). Esimerkki tapahtumaprojektin johtamisesta käsittelevästä tutkimuksesta on Eteläahon (2009) tutkimus yleisurheilun MM2005-kisaprojektista. Tutkimuksen kohteena olivat tapahtumajohtamisen osa-alueet, johtamisprosessit ja johtajien roolit tapahtuman eri vaiheissa. Tulosten mukaan kansainvälisen suurtapahtuman toteuttamisessa tärkeää on erityisesti talouden johtaminen ja sen onnistunut linkittäminen muihin johtamisen osa-alueisiin.

Merkittävä tutkimuskohde ovat urheilutapahtumien erilaiset vaikutukset (Collins & Flynn, 2008; Daniels & Norman, 2010; Jones, 2008; Kim, Jun, Walker & Drane, 2015). Perinteisesti on tutkittu taloudellisia vaikutuksia, kuten vaikutuksia matkailuun sekä laajemmin aluekehitykseen (Daniels & Norman, 2010; Spilling, 1996). Taloudellisilla vaikutuksilla on usein myös pyritty perustelemaan urheilutapahtumien järjestämistä (Kim & Walker, 2012). Urheilutapahtumat voivat vauhdittaa esimerkiksi erilaisia aluekehittämishankkeita, kuten uusien liiken-

neyhteyksien rakentamista tai kaupunginosan kehittämistä (Austrian & Rosentraub, 2002; Cornelissen & Swart, 2006). Tarvittavan infrastruktuurin rakentaminen puolestaan saattaa luoda uusia työpaikkoja alueelle jo ennen kisatapahtumia ja parantaa näin työllisyyttä (Baade & Matheson, 2015). Lisäksi kisakaupungin medianäkyvyys voi pitkällä aikavälillä tuoda uusia matkailijoita tai houkutella uusia yrityksiä ja investointeja alueelle (O'Brien & Chalip, 2007). Aina taloudelliset vaikutukset eivät ole myönteisiä. Urheilutapahtuman järjestäminen voi nostaa elinkustannuksia, verotus saattaa kiristyä tarvittavan infrastruktuurin takia ja urheilutapahtuman epäonnistuminen voi luoda kaupungista kielteistä mielikuvaa (Deccio & Baloglu, 2002; Newton, 2009; Ritchie, Shipway & Cleeve, 2009).

Keskustelu kestävästä kehityksestä on nostanut tutkimuskohteiksi myös urheilutapahtumien ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset (esim. Collins & Flynn, 2008; Collins, Jones & Munday, 2009; Gibson, Kaplanidou & Kang, 2012; Smith, 2009). Varsinkin megaurheilutapahtumia kritisoidaan niiden kielteisistä vaikutuksista paikalliseen ekosysteemiin, luonnonvaroihin ja hiilidioksidipäästöihin (Jones, 2008). Tämä on osaltaan johtanut siihen, että urheilutapahtumille laaditaan nykyään ympäristöohjelma, jossa pyritään ennalta ottamaan huomioon, miten voidaan esimerkiksi vähentää vedenkulutusta, kierrättää jätteet mahdollisimman tehokkaasti ja organisoida liikenne järkevästi päästöjä minimoiden (Dolles & Söderman, 2010; Jones, 2008). Urheilutapahtumien ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset saattavat edelleen jäädä taloudellisten vaikutusten varjoon – osittain siksi, että niitä on vaikeampi hahmottaa ja ne saattavat toteutua vasta jonkin ajan kuluttua tapahtuman jälkeen, joten myös niiden arvioiminen ja mittaaminen on haasteellista (Collins & Flynn, 2008; Dodouras & James, 2004; Taks, 2013). Niiden mittaamiseksi tarvitaan laadullisia mittareita määrällisten rinnalle (Dolles & Söderman, 2010; Jones, 2008; Kim & Walker, 2012). Urheilutapahtumien myönteisten sosiaalisten vaikutusten nähdään joka tapauksessa vaikuttavan merkittävästi tapahtuman onnistumiseen ja sitä kautta myös taloudellisten vaikutusten toteutumiseen (Kim & Walker, 2012).

Kestävän kehityksen näkökulma on johtanut siihen, että urheilutapahtumien vaikutuksia ei enää mitata jälkikäteen vaan pyritään jo ennakkolta mahdollistamaan erilaisia vaikutuksia ja varautumaan niihin (O'Brien & Chalip, 2007). Puhutaan mieluummin urheilutapahtuman aikaansaamasta vipuvaikutuksesta kuin jälkikäteen todetuista, jo tapahtuneista vaikutuksista (Chalip, 2006). Tämä edellyttää usein analyttisempää otetta jo ennen urheilutapahtumaa sekä yhteistyötä eri sidosryhmien, kuten alueen asukkaiden ja muiden toimijoiden, kanssa (Chalip, 2006; Schulenkorf, 2010).

Vaikka tutkimus on pitkälti kohdistunut niin sanottuihin megaurheilutapahtumiin, myös pienempien urheilutapahtumien taloudelliset vaikutukset voivat olla merkittäviä ja niilläkin on myös sosiaalisia vaikutuksia (Daniels & Norman, 2010). Taksin (2013) mukaan pienemmillä tapahtumilla voi olla kestävämpiä myönteisiä vaikutuksia paikallisille yhteisöille kuin megatapahtumilla, koska niiden järjestämiseen voidaan helpommin osallistaa paikallisia ihmisiä ja kasvattaa näin alueen sosiaalista pääomaa.

Sosiaalisilla vaikutuksilla viitataan yleensä yhteisen identiteetin vahvistumiseen, oman arvontunnon parantumiseen, yhteisöllisyyden syntymiseen tai lujittumiseen ja ylpeyteen omasta kaupungista tai maasta (Djaballah, Hautbois & Desbordes, 2015; O'Brien & Chalip,

2007). Sosiaalisen koheesion eli tietyn ihmisryhmän tai -joukon yhteenkuuluvuuden vahvistuminen luo alueelle sosiaalista pääomaa, jolla voi olla kauaskantoisia vaikutuksia alueen elinvoimaisuudelle ja asukkaiden hyvinvoinnille (Tura & Harmaakorpi, 2005). Sosiaalisesti kestävät urheilutapahtumat voivat myös tuoda tietoisuuteen yhteiskunnallisesti tärkeitä teemoja, kuten vähemmistöjen oikeuksia tai ympäristökysymyksiä (Chalip, 2006; Kellett, Hede & Chalip, 2008; Smith & Fox, 2007). Toteuttamisessa mukana oleville eri alojen ammattilaisille ja vapaaehtoisille tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden hankkia uusia taitoja, kuten kielitaitoa, kulttuurien tuntemusta tai projektinhallintaan liittyviä taitoja. Tapahtumat voivat myös synnyttää vapaaehtoistoimintaa arvostavaa kulttuuria, jolloin myönteiset kokemukset osallistumisesta lisäävät vapaaehtoisten halukkuutta olla mukana muissakin tapahtumissa. (Doherty, 2009.)

Urheilutapahtumat voivat innostaa sekä lapsia että aikuisia liikuntaan ja terveellisiin elämäntapoihin, ja tästä näkökulmasta oleellinen kysymys on, miten kisoja varten rakennettua infrastruktuuria hyödynnetään myöhemmin (Kim ym., 2015; O'Brian & Chalip, 2007; Ritchie ym. 2009; Smith, 2009; Taks, Green, Misener & Chalip, 2014). Esimerkiksi Aizawa, Wu, Inoue ja Sato (2018) löysivät tutkimuksessaan liikunta-aktiivisuuden taustalta jaetun kokemuksen olympialaisista: ihmiset, jotka nuoruudessaan kokivat Tokion olympialaiset vuonna 1964, liikkuvat säännöllisemmin kuin muut ikäpolvet.

Sosiaalisten vaikutusten tunnistamiseksi on pyritty kartoittamaan paikallisten asukkaiden näkemyksiä urheilutapahtumista (Kim ym., 2015). Ritchie ym. (2009) tutkivat asukkaiden suhtautumista Lontoon olympialaisiin ja paraolympialaisiin kahdessa Lontoon ulkopuolella sijaitsevassa kunnassa, jossa järjestettiin olympialaisten kisatapahtumia. Asukkaat suhtautuivat olympialaisten järjestämiseen myönteisesti mutta olivat huolissaan sen tuomista liikenneuuhkista, pysäköintipaikkoihin liittyvistä kysymyksistä ja mahdollisista elinkustannusten nousemisesta. Tutkimuksen mukaan asukkaiden suhtautuminen urheilutapahtumiin voi vaihdella ajallisesti hyvinkin paljon sen mukaan, koetaanko vaikutukset tapahtumaprosessin eri vaiheissa enemmän myönteisiksi vai kielteisiksi. Paikallisilla asukkailla on joka tapauksessa merkittävä rooli urheilutapahtumien järjestämisessä. Jos asukkaat kokevat urheilutapahtuman vaikutukset kielteisiksi, he eivät todennäköisesti tue sen järjestämistä, mikä saattaa heikentää taloudellisten tai sosiaalisten hyötyjen toteutumista (Ferrara, 2017; Fredline, 2005).

Djaballah ym. (2015) korostavat paikallisen hallinnon roolia urheilutapahtuman sosiaalisten vaikutusten toteutumisessa. Hallinnollisten toimijoiden tulisi ensinnäkin tunnistaa potentiaaliset sosiaaliset vaikutukset. Lisäksi heidän tulisi pystyä todentamaan ja kontrolloimaan syntyviä vaikutuksia. Suhdeverkoston hallinta, johtaminen, paikallisten yhteisöjen mobilisointi ja yhteistyö yritysten kanssa ovat tässä keskeisiä asioita.

Urheilutapahtumien järjestämisessä ei siis ole kysymys vain urheilusta. Tapahtumat voidaan nähdä keinoina rakentaa kaupunkien ja alueiden kilpailukykyä ja tuoda esille niiden erityispiirteitä ja osaamista (Burgan & Mules, 2001; Chalip & McGuirty, 2004; Getz, 2008; Spilling, 1996). Kansainvälisellä urheilun suur tapahtumalla voi parhaimmillaan olla merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia, mistä osoituksena on, että kaupungit kilpailevat niiden järjestämisestä riskienkin uhalla (Kim & Walker, 2012). Urheilutapahtumien toivotaan edistävän matkailua ja alueen tunnettavuutta varsinkin pitkällä aikavälillä. Kisavieraat käyttävät rahaa majoitukseen,

ruokaan, matkamuistoihin, pääsylippuihin ja nähtävyyksiin urheilutapahtuman aikana ja tuotavat näin hyvän lisän alueen talouteen, mutta kisakaupunkien tavoitteena on saada pitkäaikaisempiakin aluetaloudellisia hyötyjä. (O'Brien & Chalip, 2007.) Urheilutapahtuman tuottama elämys voi esimerkiksi herättää kisavieraassa halun tulla paikkakunnalle uudestaan.

Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tässä artikkelissa esiteltävä tutkimus kohdistui Lahdessa vuonna 2017 järjestettyihin hiihdon MM-kisoihin. Hiihdon maailmanmestaruuskilpailut järjestetään kahden vuoden välein, ja niissä kilpaillaan maastohiihdossa, mäkihypyssä ja yhdistetyssä. Vuonna 2017 kilpailut järjestettiin Lahden urheilukeskuksessa 22. helmikuuta – 5. maaliskuuta. Lahti isännöi kilpailuja tuolloin seitsemättä kertaa. Kymmenen kisapäivän aikana miltei 700 urheilijaa 60 eri maasta osallistui kilpailuihin. Suomi saavutti viisi mitalia ja sijoittui mitalitilastossa viidennelle sijalle. Pääsylippuja myytiin 180 000, kun järjestäjien tavoitteena oli 250 000 myytyä pääsylippua. Kokonaiskävijämäärä oli 220 000. Suosituin kisapäivä oli ensimmäinen lauantai, jolloin pääsylippuja myytiin 38 159 kappaletta. Tuolloin ohjelmassa olivat naisten ja miesten yhdistelmähihdot sekä miesten mäkihypy. Kisojen avajaiset ja palkintojenjaot järjestettiin Lahden kauppatorilla, jonne ihmisillä oli vapaa pääsy. Useimpina iltoina siellä järjestettiin myös erilaisia tapahtumia ennen palkintojenjakoa. Palkintojenjaoissa vieraili yhteensä 50 000 ihmistä. (Lafin ym., 2017.)

Tutkimuksen kohteena olivat MM-kisojen vaikutukset Lahden keskustan elinvoimaisuuteen yrittäjien näkökulmasta. Tutkimus oli laadullinen, ja sen aineisto kerättiin teemahaastatteluilta. Teemahaastattelussa ei käytetä tarkkoja, valmiiksi muotoiltuja kysymyksiä, vaan kysymykset kohdistuvat väljemmin tiettyihin aihealueisiin. Tämä lähestymistapa sopi tutkimuksen aiheeseen ja tavoitteisiin. Teemahaastattelut koettiin sopivaksi menetelmäksi myös siksi, että MM-kisojen vaikutukset olivat sekä haastattelijoille että haastateltaville uusi aihealue. Haastateltavina oli hyvin erilaisia yrittäjiä, joten haastattelujen luonne haluttiin pitää avoimena ja antaa haastateltavien vapaalle puheelle ja tulkintoille tilaa. Näin keskusteluun saattoi nousta aiheita, jotka olivat haastattelijalle uusia. Lisäksi haastattelija voi tarvittaessa esittää lisäkysymyksiä aiheesta. Teemahaastattelut sopivat tutkimusmenetelmäksi myös siksi, että kiinnostuksen kohteena olivat yrittäjien kokemukset eivätkä niinkään taloudelliset faktat, joita olisi voinut hankkia esimerkiksi kyselyllä (Hirsjärvi & Hurme, 2000). Haastattelujen teemat käsitelivät MM-kisojen vaikutuksia yrityksen liiketoimintaan ja asiakasmääriin sekä laajemmin keskustan elinvoimaisuutta ja toimenpiteitä elinvoimaisuuden lisäämiseksi. Lisäksi kartoitettiin MM-kisojen vaikutuksia yrittäjien väliseen yhteistyöhön ja siihen, miten syntynyt virettä voisi hyödyntää jatkossa. Haastattelut olivat osa laajempaa kehittämishanketta, jossa yrittäjiä oli jo aiemmin haastateltu siitä, miten kaupungin keskustaa voisi kehittää houkuttelevammaksi (esim. Parjanen & Laakso, 2016; Parjanen, Rantala & Laakso, 2016). Näissä aikaisemmissa haastattelussa erilaisten tapahtumien merkitys keskustan elinvoimaisuuden rakentamisessa nousi selkeästi esille.

Artikkelin kirjoittaja ja toinen haastattelija haastattelivat Rautatienkadun katutason yrittäjiä kahden korttelin väliltä. Rautatienkatu sijaitsee Lahden keskustassa, ja sen kautta ohjattiin matkakeskuksesta tulevat kisavieraat hiihtostadionille. Yhteensä haastatteluja tehtiin 24 yrityksessä huhti–toukokuussa 2017. Kaikissa haastatteluissa kerrottiin aluksi, että aineistoa käytetään kehittämis- ja tutkimustarkoituksiin, ja todettiin, mitä haastattelujen anonyymisyys tarkoittaa. Haastateltavina oli päivittäis- ja erikoistavarakaupan, kahvila- ja ravintola-alan sekä muiden palvelualojen yrittäjiä. Kahdessa yrityksessä haastateltavana oli yrittäjän sijasta myymäläpäällikkö ja yhdessä myyjä. Kolmella ravintola-alan yrittäjällä oli ravintola myös muualla keskustassa. Haastatteluista 21 äänitettiin ja litteroitiin. Kolmesta haastattelusta tehtiin muistiinpanot, koska haastateltava joko kieltäytyi nauhoituksesta tai nauhoittaminen ei ollut soveliasta, koska liikkeessä oli samaan aikaan myös asiakkaita eikä haluttu, että heidän äänensä kuuluvat nauhoituksessa.

Aineiston analysoinnissa hyödynnettiin Ruusuvuoren, Nikanderin ja Hyvärisen (2010, s. 12) esittämiä vaiheita: tutkimusongelman ja -kysymysten tarkentaminen, aineiston keruu, aineistoon tutustuminen ja rajaaminen, aineiston luokittelu, teemojen ja ilmiöiden vertailu, tulosten koonti ja tulkinta, teoreettinen dialogi ja käytännön vaikutukset. Aineistonkeruun jälkeen siihen tutustuttiin ja rajattiin pois ne osat, jotka eivät antaneet vastauksia tutkimuskysymyksiin. Haastatteluissa käsiteltiin myös teemoja, jotka eivät olleet tämän tutkimuksen kannalta keskeisiä. Haastattelut kuitenkin luettiin kokonaisuudessaan läpi, koska tutkimukseen liittyviä asioita käsiteltiin myös muiden teemojen yhteydessä ja ne saattoivat taustoittaa tai syventää haastateltavan vastauksia. Haastattelurungossa ei ollut erillistä teemaa tai kysymystä, joka olisi liittynyt sosiaalisiin vaikutuksiin. Litteroituun aineistoon tutustuminen kuitenkin nosti myös sosiaaliset vaikutukset tutkimuksen kohteeksi, koska niihin viitattiin useissa haastatteluissa joko suoraan tai välillisesti. Ympäristölliset vaikutukset rajattiin tutkimuksen ulkopuolelle, eivätkä ne myöskään nousseet haastatteluissa esille.

Aineiston analyysi perustuu teemoitteluun (Braun & Clarke, 2008). Koodausta apuna käyttäen aineistosta löytyivät seuraavat teemat: vaikutukset omaan liiketoimintaan, vaikutukset keskustan elinvoimaisuuteen, yhteistyö muiden yrittäjien kanssa, sosiaaliset vaikutukset, tapahtumasta opittu ja muut merkittävät asiat. Osa teemoista jaettiin edelleen alateemoihin. Esi-kerkiksi omaan liiketoimintaan kohdistuviin vaikutuksiin liittyvä teema jaettiin myönteisten ja kielteisten vaikutusten alateemoihin. Teemoittelussa kiinnitettiin huomiota myös siihen, mitä yhteistä samalla tavalla vastanneilla haastateltavilla mahdollisesti oli. Lopuksi keskityttiin yksityiskohtiin, jotka tulivat esille vain yhdessä tai kahdessa haastattelussa mutta olivat kokonaisuuden kannalta merkittäviä.

Artikkelin kirjoittaja kokosi analyysin tuloksista yhteenvedon, jonka toinen haastattelija kävi läpi ja teki siihen pari tarkennusta. Lopullinen yhteenvedo lähetettiin myös haastatteluihin osallistuneille, jotta mahdolliset väärinymmärrykset, ristiriitaisuudet tai puutteet voidaan ottaa huomioon ja korjata. Näin lisättiin haastattelujen validiteettia (Brinkmann & Kvale, 2014, s. 325). Haastateltavat eivät kuitenkaan esittäneet muutoksia tai korjauksia yhteenvedoon. Lopuksi aineiston ja analyysin esiin tuomia tuloksia tulkittiin tutkimuskirjallisuuden valossa sekä pohdittiin tulosten käytännön vaikutuksia ja jatkotutkimusaiheita.

Tulokset

Hiihdon MM-kisat houkuttelivat ihmisiä Lahden keskustaan. Tämä oli haastateltujen yritysten mukaan kisojen merkittävin vaikutus kaupunkikeskustan elinvoimaisuuteen. Keskustan yrittäjien haasteena on, että asiakkaat eivät enää tule ostoksille keskustaan vaan suuntaavat mieluummin keskustan ulkopuolisiin kauppakeskuksiin (Parjanen, Rantala & Laakso, 2016; Reihunen ym., 2014; Warnaby ym., 2005; Warnaby & Medway, 2004). Tapahtumat ovat yksi keino saada ihmiset tulemaan keskustaan ja huomaamaan keskustan palvelut – jolloin he todennäköisesti tulevat sinne muulloinkin.

Yrittäjät arvelivat, että MM-kisojen taloudelliset vaikutukset olivat suurimmat kaupungin pääkadun eli Aleksanterinkadun ja kauppatorin lähiympäristön liikkeissä, etenkin tällä alueella sijaitsevilla ravintoloilla, baareilla ja majoitusliikkeillä. Haastateltujen yritysten oman sijainnin eli Rautatienkadun katsottiin olevan hieman sivussa tästä alueesta, ja siksi koettiin, että merkittävimmät taloudelliset vaikutukset eivät sinne yltäneet. Urheilutapahtumien suurimpia hyötyjä ovatkin yleensä lähellä tapahtumapaikkaa sijaitsevat majoitus- ja muut matkailupalvelut (esim. Mules, 1998).

Rautatienkadun yritykset olivat joka tapauksessa panostaneet MM-kisoihin eri tavoin. Liikkeiden ikkunoissa ja ovenpielissä oli käytetty erilaisia hiihtoaiheisia koristeita, havuköynnöksiä ja kisakaupunkiviirejä. Monet olivat hyödyntäneet somistuksessa valmiita Kisakaupunki-materiaaleja. Yhteisen kisateeman ja kisavieraille suunnattujen kampanjoiden ja tarjouksien on todettu edistävän kisavieraiden houkuttelua liikkeisiin (Chalip & Leyns, 2002). Yrittäjät pitivät yhtenäistä visuaalista ilmettä tärkeänä, mutta moni halusi somistuksellaan tuoda esille myös oman liikkeensä ominaispiirteitä. Ravintolat olivat rakentaneet jalkakäytävälle talviterasseja, jotka paransivat yrityksen näkyvyyttä. Talviterassit mainittiin monessa haastattelussa tärkeänä tunnelman luojana – siitä huolimatta, että asiakkaita terasseilla ei ollut paljonkaan. Yksi yritys oli pystyttänyt pop up -liikkeen pääkadulla sijaitsevaan hotelliin ja toinen oli tehnyt oman tuotteen, joka kytkeytyi löyhästi MM-kisojen värimaailmaan. Muutama yritys oli mukana Lahti Race -pelissä sen yhtenä rastipisteenä. Lahti Race oli kisojen aikana pelattava digitaalinen kaupunkiseikkailu, jonka tarkoituksena oli tutustuttaa kaupunkilaisia ja kisavieraita paikallisiin palveluihin ja toimijoihin.

Yhdeksän haastateltavaa kertoi MM-kisojen vaikuttaneen omaan liiketoimintaan tai asiakasmääriin joko merkittävästi tai jollakin tavalla. Esimerkiksi yksi haastateltava arvioi MM-kisojen vaikutuksia liiketoimintaan: *semmonen 40 % enemmän*. Toinen totesi: *Ne kaksi viikkoo oli huippuviikot*. Joillakin taas vaikutukset olivat erittäin pieniä. Eräs haastateltava ilmaisi asian seuraavasti: *Eihän se pahasti vaikuttanut*.

Kaksi haastateltavaa mainitsi, että liikkeessä kävi myöhemmin asiakkaita, jotka olivat kisojen aikana huomanneet yrityksen. MM-kisojen arveltiin siis ainakin näissä tapauksissa lisänneen yrityksen tunnettavuutta. Yksi haastateltava kertoi, että kisoilla ei ollut vaikutusta oman liikkeen liikevaihtoon mutta useampi kisavieras oli todennut saman ketjun liikkeen löytyvän kotikaupungista ja oli aikonut ostaa tuotteen sieltä: *Brändin tunnettuutta levitti kyllä, et kyllä siihenkin sanoisin että se oli hyvä asia*.

Yksi haastateltava kertoi asiakkaiden ilmoittaneen etukäteen, etteivät aio kisojen aikana tulla keskustaan, koska kaikki pysäköintipaikat ovat kuitenkin täynnä. Myös toinen haastateltava arveli pysäköintipaikkojen löytämisen vaikeuden olleen yksi syy siihen, että ihmiset eivät tulleet keskustan erikoisliikkeisiin. Paikallisten asukkaiden näkemyksiä kartoitettavissa tutkimuksissa liikenteen ja pysäköinnin sujuvuuteen liittyvät ongelmat onkin mainittu urheilutapahtuman järjestämiseen liittyvinä kielteisinä vaikutuksina (Fredline, 2005; Ritchie ym., 2009).

Moni haastateltava myönsi, että etukäteen oli vaikea arvioida, millaisia vaikutuksia MM-kisoilla olisi. Usein odotukset kisojen vaikutuksista olivat todennäköisesti suuremmat kuin toteutuneet vaikutukset: *Mul oli vähän isommat odotukset viel, mikä se toteutuma oli, mutta toisaalt tarjontaaki oli tosi paljo.* Tarjonnan runsauden takia asioihin ja tilanteisiin piti reagoida nopeasti. Suurempien tapahtumien aikana tarvitaan näyttävää markkinointia myös yrittäjältä itseltään – tapahtuma ei välttämättä automaattisesti tuo yritykselle asiakkaita tai muita hyötyjä. Yrittäjät voivat hukata mahdollisuutensa hyötyä kisavieraista, jos ne eivät ryhdy minkäänlaisiin toimiin houkutellakseen asiakkaita esimerkiksi kisateemaan soveltuvalla koristelulla tai kisavieraille suunnatulla kampanjalla (ks. esim. Chalip & Leyns, 2002).

Vaikka Rautatienkatu aika ajoin täyttyi matkakeskuksesta hiihtostadionille kävelevistä kisavieraista, eivät he pysähtyneet liikkeisiin. Moni arveli, että topa-asusteisiin pukeutuneet kisavieraat eivät halunneet tulla sisään liikkeisiin sovittellemaan vaatteita. Uteliaisuutta liikkeitä ja niiden tarjontaa kohtaan kuitenkin oli. Muutama haastateltava mainitsi, että kisoihin mentäessä liikkeisiin kurkisteltiin ja paluumatkalla saatettiin jo tulla sisäänkin. Yksi haastateltava mainitsi, että hotellikapasiteetin riittämättömyys vähensi taloudellisia vaikutuksia, koska suuri osa kisavieraista kiirehti heti kisatapahtumien jälkeen pois kaupungista (vrt. Laffin ym., 2017). Toisaalta muutama haastateltava oli huomannut, että MM-kisat saivat lahtelaiset liikkeelle ja tulemaan keskustaan – ehkä siksi, että haluttiin olla siellä, missä muutkin ovat (vrt. Pettersson & Getz, 2009).

Monien liikkeiden tuotteet ja palvelut olivat sellaisia, etteivät haastateltavat edes odottaneet MM-kisojen vaikuttavan omaan liiketoimintaansa. Silti moni oli koristellut näyteikkunansa ja oli halunnut olla mukana kisatunnelmassa. Yksi yrittäjä kuvasi asiaa näin:

Must oli ihana olla siin humussa mukana ja somistaa ikkunaa ja nähdä niitä ihania ihmisiä tossa, kadulla ja ottamas kuvia ikkunasta ja et, ehdottomast halusin olla siin fiilikses mukana. Et vaikka tiesiki, et se ei tuu vaikuttaa meidän liikkeeseen sil taval mitenkää.

Vaikka taloudelliset vaikutukset eivät kohdistuneet omaan yritykseen, tärkeänä pidettiin Lahden kaupungin saamaa medianäkyvyyttä, jonka katsottiin olevan hyödyllistä laajemmassa mittakaavassa. Medianäkyvyyttä pidettiin tärkeänä markkinoinnin kannalta, ja sen laadukasta toteutusta arvostettiin.

MM-kisojen sosiaaliset vaikutukset korostuivat haastatteluissa yllättävän paljon. Etenkin ne yrittäjät, jotka eivät edes olettaneet hyötyvänsä taloudellisesti, painottivat tapahtuman sosiaalisia vaikutuksia. Haastateltavat mainitsivat yhteisöllisyyden, yhteishengen syntymisen, hyvän mielialan ja ylpeyden kotikaupungista.

Kaikki hymyilee ja kaikki oli tosi tyytyväisiä.

Oli kiva katella kyl tätä kaupunkia, et ihmiset oli, jopa asukkaat itse, meikäläiset oli paljon ilosemman näkösiä, kun täällä oli ihmisiä.

Hyväntuulisuus näkyi ehkä myös asiakkaissa ja teki palvelutapahtumasta näin miellyttävän. Toisaalta aina ei käynyt ilmi, kertoiko haastateltava havainnoistaan enemmän yrittäjänä vai kaupungin asukkaana. Muutamat haastateltavat esimerkiksi viittasivat siihen, että ovat itse lahtelaisia tai kertoivat, missä päin keskustaa asuvat ja miten MM-kisat näkyivät omassa arjessa.

Haastatelluista 14 eli enemmistö koki, että MM-kisoihin valmistautuminen lisäsi yrittäjien välistä yhteistyötä. Asioita tehtiin yhdessä tai osallistuttiin johonkin laajempaan kokonaisuuteen, kuten Lahti Race -peliin. Toisaalta moni totesi, että Rautatienkadulla yrittäjät ovat tehneet paljon yhteistyötä keskenään jo aikaisemmin. Kisojen aikana yhteistyö ei kuitenkaan välttämättä rajoittunut vain Rautatienkadun yrityksiin, vaan yhteistyötä tehtiin myös muiden keskustan yrittäjien kanssa. Yrittäjät keskustelivat ja vaihtoivat mielipiteitä muun muassa MM-kisojen vaikutuksista. Tapahtuma vahvisti myös uudenlaista keskinäistä palvelukulttuuria. Toisen yrityksen tuotteita ja palveluita suositeltiin omille asiakkaille eikä oltu kateellisia muille yrittäjille. MM-kisojen toivottiin myös vahvistavan ymmärrystä oman toiminnan merkityksestä kaupunkikeskustan kokonaisuudelle. Se, miten kukin yrittäjä hoitaa oman yritystoimintansa, on tärkeää koko keskustalle.

Palkintojenjakotilaisuuksien järjestäminen torilla sai paljon kiitosta. Palkintojenjaot toivat keskustaan ihmisiä, ja kisahuuma tarttui niihinkin, jotka eivät osallistuneet kilpailutapahtumiin:

Torille tuotii ne kaikki, se oli tosi hieno, et vaik se tapahtuma ois muualla, ni silti täällä kaupungissa pystyy torillaki ihmiset nauttii siit tapahtumasta, et se oli hieno.

Tällaista käytäntöä toivottiin hyödynnettävän tulevaisuudessa muissakin tapahtumissa. Moni haastateltava koki, että varsinkin suurilla tapahtumilla on mahdollista saada kaikki keskustan yrittäjät puhaltamaan yhteen hiileen ja luomaan kisatunnelmaa kaupunkiin:

Et toi urheilu on jotenki semmonen luonteva, et tietysti tos toi kansainvälisyys ja siin semmonen, et ku se haaste on riittävän iso, ni sit kaikki tajuu, et nyt kaikkien pitää toimii.

Monessa haastattelussa toivottiinkin uusia kisoja haettavaksi. Tosin ymmärrettiin, että tapahtumat ovat vain yksi keino elävöittää keskustaa ja että suuren ajan yrittäjien on tultava toimeen ilman tapahtumien tuomaa apua. Toiveena oli kuitenkin, että nyt syntyneet vaikutukset olisivat pitkäaikaisia ja näkyisivät yhteistyössä ja palvelumentaliteetissa. Lisäksi toivottiin, että kisat antaisivat uutta pontta Salpausselän kisoille:

Antaa pontta sitte seuraaviin Salppurin kisoihin, että ehkä, ehkä taas katsojat ja kaupunkilaiset hetken aikaa muistaa miten hieno tunnelma oli siellä MM-kisoissa ja ehkä mennään sitte ens vuonna sinne Salppureihinki ja saadaan myöski tähän keskustaan semmosta kisailmettä, mikä taas oli unholassa aika monta vuotta ennen tätä.

Kysymys siitä, miten syntyneitä myönteisiä vaikutuksia – kuten yhteistä virettä – voitaisiin pitää yllä myös jatkossa ja hyödyntää tulevissa tapahtumissa, koettiin haasteelliseksi. Toisaalta haastateltavat katsoivat, että tämä ei ole pelkästään yrittäjien tehtävä. Kaupunkikeskustojen kehittämisessä laajemminkin peräänkuulutetaan eri sidosryhmien yhteistä, dialogiin perustuvaa kehittämistä (Konsti-Laakso & Rantala, 2018; Parjanen, Laakso & Rantala, 2016; Tukiainen,

Leminen & Westerlund, 2015). Yrittäjien näkökulmasta oleellista on esimerkiksi se, miten kaupunki tukee yrittäjyyttä ja erilaisia tapahtumia ja tempauksia keskustassa muun muassa pysäköintimaksuissa, lupakäytännöissä ja liikennejärjestelyissä.

Opiksi otettavina asioina tulevia tapahtumia varten mainittiin kisojen palkintojenjakojen tuominen keskustaan, yhtenäinen koristelu ja pop up -toiminta. Useampi ravintola tai liike toimi MM-kisojen ajan keskustan tyhjiä liikehuoneistoissa. Oheistapahtumien roolin otti esiin vain yksi haastateltava, joka korosti sitä, että kovin monia ja erilaisia tapahtumia ei kannata välttämättä järjestää samaan aikaan, jotta ne eivät syö toistensa kävijöitä tai näkyvyyttä. Esimerkkinä hän mainitsi Lahti Design Week -tapahtuman, joka järjestettiin samanaikaisesti MM-kisojen kanssa ja joka hänen mukaansa jäi kisojen varjoon ja olisi todennäköisesti onnistunut paremmin, jos se olisi järjestetty omana ajankohtanaan. Chalip ja McGuirty (2004) ovat todenneet, että urheilutapahtuma ja siihen liittyvä paikkakunnan oma matkailutarjonta tulisi niputtaa strategisesti yhteen, jotta matkailijoita saataisiin viettämään pidemmän aikaa paikkakunnalla. Koska kaikki kisavieraat eivät ole kiinnostuneita samoista asioista, oheistarjonta on osattava kohdentaa oikeille ryhmille.

Haastateltavien mukaan yhteinen vire syntyy ja säilyy konkreettisen aidon tekemisen kautta. Yhteistä tekemistä tuetaan yrittäjien tapaamisilla, kuten keskustan kehittämissyhdystys Lahti City ry:n järjestämällä yrittäjille ja muille keskustan toimijoille tarkoitetuilla aamukahvitilaisuuksilla. Yhteisen toiminnan kehittäminen vaatii yleensä tuekseen jonkinasteista sosiaalista läheisyyttä, joka vähentää opportunistista käyttäytymistä ja lisää eri toimijoiden sitoutumista yhteiseen tekemiseen (Boschma, 2005; Parjanen, Laakso & Rantala, 2016). Aamukahvitilaisuudet tarjoavat mahdollisuuden tutustua muihin yrittäjiin oman toimialan ulkopuolelta ja toisaalta mahdollisuuden keskustella yhteisistä tekemisen tavoista ja kohteista. Jos yhteistyöstä puuttuu aito tekemisen ilo, vaarana on, että siitä *tulee vähä semmost päälle liimattuu*. Onnistuneen kisahengen luonnissa oli haastateltavien mukaan tärkeää yhteishengen luomisen lisäksi tiedon saaminen:

Sitten oltiin paljon tekemisissä, että saatiin sitä infoa, se infohan on hyvin tärkeää että sitä jaetaan yrittäjille.

Parissa haastattelussa viitattiin siihen, että aluksi moni yrittäjä saattoi suhtautua hieman skeptisestikin MM-kisoihin. Yhdessä tekeminen ei välttämättä synny itsestään. Haastatteluissa muistutettiin, että motiivointia ja innostamista ei tule jättää vain yrittäjien oman aktiivisuuden varaan. Esille nostettiin Lahden kaupungin, Lahti City ry:n ja Lahti Happens -hankkeen roolit yrittäjien saamisessa mukaan yhteisen kisakaupunki-ilmeen ja tunnelman rakentamiseen. Myös tutkimuksissa (esim. Djaballah ym., 2015) on korostettu julkisen hallinnon roolia paikallisten yhteisöjen ja yritysten mobilisoimisessa.

Pohdinta ja johtopäätökset

Lahden keskustassa sijaitsevien yritysten näkemyksiä hiihdon maailmanmestaruuskilpailujen vaikutuksista tutkittiin teemahaastatteluilla. Haastatteluja tehtiin 24, kaikki niistä Rautatienkadulla, missä on muun muassa erikoistavarakauppoja ja ravintoloita. Haastattelujen tarkoi-

tuksena oli tunnistaa etenkin taloudellisia vaikutuksia, kuten vaikutuksia yrityksen liikevaihtoon tai asiakasmääriin, sekä yleisempiä vaikutuksia kaupunkikeskustan elinvoimaisuuteen. Haastattelussa korostuivat kuitenkin vahvasti myös sosiaaliset vaikutukset. Sitä vastoin ympäristöisiä vaikutuksia ei mainittu yhdessäkään haastattelussa, eivätkä ne ole mukana tässä tarkastelussa.

Tulokset kertovat tapahtumien melko huomattavasta merkityksestä kaupunkikeskustan elinvoimaisuuteen. Hiihdon MM-kisat toivat Lahden keskustaan uudenlaista ja kaivattua vilskettä – tavallista enemmän ja tavallista hyväntuulisempia ihmisiä. Yrittäjät loivat omalla toiminnallaan kaupungin keskustaan kisailmettä. Aiemmissä tutkimuksissa on korostettu paikallisten asukkaiden merkittävää roolia urheilutapahtuman onnistumisessa (Fredline, 2005; Ritchie ym., 2009). Nyt tehty tutkimus osoittaa, että myös paikalliset yrittäjät muodostavat keskeisen sidosryhmän urheilutapahtuman ilmapiirin luomisessa. Toisaalta haastatellut yrittäjät olivat usein samalla paikallisia asukkaita, ja haastattelussa heidän roolinsa toisaalta yrittäjänä ja toisaalta kaupungin asukkaana limittyivät välillä toisiinsa.

MM-kisoilla oli ollut taloudellisia vaikutuksia haastatelluissa yrityksissä vaihtelevassa määrin. Eniten vaikutukset näkyivät ravintola-alan yrityksissä, mutta myös muissa yrityksissä oli havaittu kasvua liiketoiminnassa tai asiakasmäärissä – ei kuitenkaan kaikissa. Loppujen lopuksi taloudelliset vaikutukset kohdistuivat aika pienelle alueelle keskustassa. Joillekin haastateltaville taloudellisen hyödyn pienuus oli pettymys.

Kisojen sosiaalisista vaikutuksista sitä vastoin puhuttiin paljon ja ne oli koettu laajemmin. Useimmin mainittiin yhteisöllisyys, yhteen hiileen puhaltaminen ja kotikaupunkiylpeys, jotka ovat myös tutkimuskirjallisuudessa tunnistettuja sosiaalisia vaikutuksia (Kim ym., 2015; O’Brian & Chalip, 2007; Ritchie ym., 2009; Smith, 2009). Näiden vaikutusten korostumien oli yllättävää siinä mielessä, että haastattelukysymyksissä sosiaalisia vaikutuksia ei mainittu suoraan. Kaiken kaikkiaan MM-kisoista puhuttiin hyvin myönteiseen sävyyn. Ainoa varsinaisesti kieltäinen asia, joka sekun tuotiin esiin vain parissa haastattelussa, olivat autojen pysäköimiseen liittyvät ongelmat keskustassa (vrt. Fredline, 2005; Ritchie ym., 2009).

Yrittäjien heittäytyminen mukaan yhteisen kisakokemuksen rakentamiseen ei tapahdu eikä säily automaattisesti. Esimerkiksi Salpausselän kisojen aikaan yrittäjillä oli aikaisemmin tapana koristaa näyteikkunoitaan kisateemalla, mutta tämä perinne on hiipunut. MM-kisoihin tämä perinne haluttiin elvyttää. Yrittäjien mukaansaaminen edellyttää tietynlaista välittäjätoimintaa. Kisoihin valmistautuessaan yrittäjät tarvitsivat tietoa siitä, miten he voivat osallistua kisatunnelman luomiseen ja millaisia yhteistyömahdollisuuksia on olemassa. Joitakin auttoi valmiin kisatoimijapaketin ostaminen. Yhteistyötä helpottivat tapaamiset eri yrittäjien kesken ja konkreettinen tekeminen.

Tapahtumat, muun muassa urheilutapahtumat, piristävät kaupunkien keskustoja, vaikka niitä ei järjestettäisikään aivan ydinkeskustassa. Tärkeää on, että myös keskustaan tuodaan joitakin tapahtumia, kuten Lahden MM-kisoissa kaupattorille sijoitetut avajaiset ja palkintojenjaot oheisohjelmineen. Tapahtumat houkuttelevat ihmisiä keskustaan ja luovat siten liiketoimintapotentiaalia lyhyellä ja mahdollisesti myös pitkällä aikavälillä.

Urheilutapahtumia järjestettäessä on tärkeää tunnistaa yrittäjät tärkeäksi sidosryhmäksi ja lähteä rakentamaan yhteistyötä heidän näkökulmastaan. Yrittäjät esimerkiksi arvostavat valmiiksi suunniteltuja osallistumisen paikkoja. Yrittäjien asennoituminen urheilutapahtuman järjestämiseen saattaa vaihdella eri aikoina riippuen siitä, millaiseksi he kokevat oman panostuksensa suhteessa urheilutapahtuman mahdollisesti tuomiin hyötyihin (vrt. Ritchie ym., 2009). Innostus yhteistyöhön saattaa kasvaa ajan myötä, kun mahdolliset hyödyt konkretisoituvat ja yrittäjät saavat lisää tietoa tapahtumasta ja yhteistyömahdollisuuksista. Siksi tulee kiinnittää huomiota siihen, miten tapahtumien hyötyjä ja haittoja tuodaan esille ja miten virkamiehet ja tapahtuman järjestäjät puhuvat niistä (vrt. Djaballah ym., 2015). Nyt tehty tutkimus osoittaa, että hyötyjen ei välttämättä tarvitse olla taloudellisia, jotta yrittäjät olisivat halukkaita osallistumaan kisatunnelman luomiseen.

Tässä esiteltyyn tutkimukseen liittyy tiettyjä rajoitteita. Ensinnäkin haastateltavien määrä oli melko pieni suhteessa Lahden keskustassa sijaitsevien yritysten kokonaismäärään. Toiseksi Rautatienkadun yrittäjien valinta haastattelujen kohteeksi määrittyi laajemman Lahden keskustan kehittämiseen liittyvän kehittämishankkeen kautta. Tulosten pohjalta ei voida myöskään tehdä johtopäätöksiä siitä, miten MM-kisojen vaikutukset eroavat eri osissa keskustaa. Haastattelujen tekeminen myös muualla keskustassa olisi saattanut tuoda mielenkiintoista tietoa sijainnin merkityksestä vaikutusten ilmenemisessä. Lisäksi MM-kisojen vaikutuksia voidaan toistaiseksi tarkastella vain lyhyellä aikavälillä. Tutkimusta tarvitaan myös siitä, miten pitkäaikaisia erilaisten urheilutapahtumien taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristövaikutukset ovat. Niin ikään olisi tärkeää tutkia, miten MM-kisoista opittua on osattu soveltaa muiden tapahtumien järjestämisessä. Mielenkiintoinen tutkimusaihe olisi myös se, miten välittäjätoiminnalla voitaisiin sitouttaa eri toimijoita urheilutapahtumien toteuttamiseen ja ennakoida erilaisten vaikutusten konkretisoitumista nykyistä paremmin.

Kiitokset

Kirjoittaja haluaa kiittää Euroopan aluekehitysrahastoa, Päijät-Hämeen liittoa sekä Amerin Kulttuurisäätiötä mahdollisuudesta esitellä tutkimustaan *Matkailututkimus-lehdessä*.

Lähteet

- Aizawa, K., Wu, J., Inoue, Y. & Sato, M. (2018). Long-term impact of the Tokyo 1964 Olympic Games on sport participation: A cohort analysis. *Sport Management Review*, 21, 86–97. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.05.001>
- Austrian, Z. & Rosentraub, M. S. (2002). Cities, sports, and economic change: A retrospective assessment. *Journal of Urban Affairs*, 24, 549–563. <https://doi.org/10.1111/1467-9906.00137>
- Baade, R. & Matheson, V. (2015). *An analysis of drivers of mega-events in emerging economies*. (Cross-Works, Economics Department Working Papers, 153). Haettu 28.5.2018 osoitteesta http://crossworks.holycross.edu/econ_working_papers/153

- Boschma, R. (2005) Proximity and innovation: A critical assessment. *Regional Studies*, 39, 61-74.
<https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>
- Braun, V. & Clarke, V. (2008). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Brinkmann, S. & Kvale, S. (2014). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3. painos). Los Angeles: Sage.
- Bromley, R. D. F. & Thomas, C. J. (2002). Food shopping and town centre vitality: Exploring the link. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 12(2), 109–130.
<https://doi.org/10.1080/09593960210127682>
- Burgan, B. & Mules, T. (2001). Reconciling cost–benefit and economic impact assessment for event tourism. *Tourism Economics*, 7, 321–330. <https://doi.org/10.5367/000000001101297892>
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11, 109–127.
<https://doi.org/10.1080/14775080601155126>
- Chalip, L. & Leyns, A. (2002). Local business leveraging of a sport event: Managing an event for economic benefit. *Journal of Sport Management*, 16, 132–158. <https://doi.org/10.1123/jism.16.2.132>
- Chalip, L. & McGuirty, J. (2004). Bundling sport events with the host destination. *Journal of Sport & Tourism*, 9, 267–282. <https://doi.org/10.1080/1477508042000320241>
- Collins, A. & Flynn, A. (2008). Measuring the environmental sustainability of a major sporting event: A case study of the FA Cup Final. *Tourism Economics*, 14, 751–768.
<https://doi.org/10.5367/000000008786440120>
- Collins, A., Jones, C. & Munday, M. (2009). Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options? *Tourism Management*, 30, 828–837.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.006>
- Cornelissen, S. & Swart, K. (2006). The 2010 football world cup as a political construct: The challenge of making good on an African promise. *The Sociological Review*, 54(2, suppl), 108–123.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00656.x>
- Daniels, M. & Norman, W. (2010). Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events. *Journal of Sport & Tourism*, 8, 214–222. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161528>
- Deccio, G. & Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41, 46–56.
<https://doi.org/10.1177/0047287502041001006>
- Djaballah, M., Hautbois, C. & Desbordes, M. (2015). Non-mega sporting events' social impacts: A sensemaking approach of local governments' perceptions and strategies. *European Sport Management Quarterly*, 15, 48–76. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.1000353>
- Dodouras, S. & James, P. (2004). Examining the sustainability impacts of megasports events: Fuzzy mapping as a new integrated appraisal system. USIR, University of Salford. Haettu 28.5.2018 osoitteesta <http://usir.salford.ac.uk/9511/>
- Doherty, A. (2009). The volunteer legacy of a major sport event. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1, 185–207. <https://doi.org/10.1080/19407960903204356>

- Dolles, H. & Söderman, S. (2010). Addressing ecology and sustainability in mega-sporting events: The 2006 football World Cup in Germany. *Journal of Management & Organization*, 16, 587–600. <https://doi.org/10.1017/S1833367200001954>
- Emery, P. (2010). Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective. *Sport Management Review*, 13, 158–170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.06.003>
- Eteläaho, A. (2009). *Kansainvälisen suurtapahtuman johtaminen: Tapaustutkimus yleisurheilun MM2005-kisaprojektin johtamisesta*. (Acta Wasaensia, 213.) Vaasan yliopisto. Haettu 25.1.2018 osoitteesta https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-275-5.pdf
- Ferrara, G. (2017). Tourism geography: A socio-cultural analysis. *Journal of Research and Didactics in Geography (J-Reading)*, 1/2017, 85–89. <https://doi.org/10.4458/8579-07>
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8, 263–279. <https://doi.org/10.1080/17430430500087328>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. & Page, S. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Gibson, H., Kaplanidou, K. & Kang, S. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15, 160–170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
- Gorter, C., Nijkamp, P. & Klamer, P. (2003). The attraction force of out-of-town shopping malls: A case study on run-fun shopping in the Netherlands. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 94, 219–229. <https://doi.org/10.1111/1467-9663.00250>
- Heikkinen, N., Anttila, E. & Nipuli, M. (2017). Lahti 2017 – Haastatteluraportti. Lahden ammattikorkeakoulu. Julkaisematon raportti.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Jones, C. (2008). Assessing the environmental impact of a major sporting event. *Tourism Economics*, 14, 343–360. <https://doi.org/10.5367/000000008784460382>
- Kellett, P., Hede, A. & Chalip, L. (2008). Social policy for sport events: Leveraging (relationships with) teams from other nations for community benefit. *European Sport Management Quarterly*, 8, 101–121. <https://doi.org/10.1080/16184740802024344>
- Kim, W., Jun, H., Walker, M. & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21–32. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
- Kim, Y. & Trail, G. (2010). Constraints and motivators: A new model to explain sport consumer behavior. *Journal of Sport Management*, 24, 190–210. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.2.190>
- Kim, W. & Walker, M. (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review*, 15, 91–108. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.05.007>

- Konsti-Laakso, S. & Rantala, T. (2018). Managing community engagement: A process model for urban planning. *European Journal of Operational Research*, 268, 1040–1049.
<https://doi.org/10.1016/j.ejor.2017.12.002>
- Kuusisto, S. (2016). Sponsorintiyhteistyön arvo tapahtuman ja sponsoriin näkökulmasta: Tapaus Rovaniemi Marathon. Teoksessa M. Haanpää & M. Hakkarainen (toim.), *Urheilutapahtuma kaupungissa: Näkökulmia juoksutapahtuman matkailulliseen kehittämiseen* (s. 116–135). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Laaksonen, N. & Nypelö, E. (2016). Tilastollinen analyysi ulkomaiseen juoksutapahtumaan osallistumisen motiiveista: Kohderyhmänä kolmen keskieuropalaisen juoksufoorumin kävijät. Teoksessa M. Haanpää & M. Hakkarainen (toim.), *Urheilutapahtuma kaupungissa: Näkökulmia juoksutapahtuman matkailulliseen kehittämiseen* (s. 18–41). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Laffin, M., Smith, T., Stewart, C., Horsewood, A., Finch, M., Murray, C., Rollason, T., McGuire, B. & Man, C. (2017). FIS Nordic World Ski Championships 2017 Lahti, Finland 22nd February – 5th March 2017. GSI Event Study. Sportcal Global Communications Ltd. Haettu 1.2.2018 osoitteesta http://visitlahti.fi/filebank/12646-Lahti_2017_GSI_Events_Study_-_Final_171010.pdf
- Medrano, N., Olarte-Pascual, C., Pelegrín-Borondo, J. & Sierra-Murillo, Y. (2016). Consumer behavior in shopping streets: The importance of the salesperson's professional personal attention. *Frontiers in Psychology*, 7, 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00125>
- Mules, T. (1998). Taxpayer subsidies for major sporting events. *Sport Management Review*, 1, 25–43. doi: 10.1016/S1441-3523(98)70098-1
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34, 627–642. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.993333>
- Mäenpää, P. (2005). *Narkissos kaupungissa: Tutkimus kuluttaja-kaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta*. (Väitöskirja, Helsingin yliopisto, Sosiologian laitos). Helsinki: Tammi.
- Newton, C. (2009). The reverse side of the medal: About the 2010 FIFA World Cup and the beautification of the N2 in Cape Town. *Urban Forum*, 20, 93–108. <https://doi.org/10.1007/s12132-009-9048-y>
- O'Brien, D. & Chalip, L. (2007). Executive training exercise in sport event leverage. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1, 296–304. <https://doi.org/10.1108/17506180710824181>
- Olympiakomitea (2017). Lahti2017 MM-kilpailuissa toteutetaan laaja vaikuttavuustutkimus. 27.2.2017. Haettu 29.11.2017 osoitteesta <https://www.olympiakomitea.fi/2017/02/27/lahti2017-mm-kilpailuissa-toteutetaan-laaja-vaikuttavuustutkimus/>
- Ozuduru, B. & Guldmann, J.-M. (2013). Retail location and urban resilience: Towards a new framework for retail policy. *S.A.P.I.E.N.S.*, 6(1). Haettu 28.5.2018 osoitteesta <https://journals.openedition.org/sapiens/1620#article-1620>
- Parjanen, S. & Laakso, H. (2016). Yrittäjien kokemuksia Lahden Rautatienkadun leventämisen vaikutuksista keskustan vetovoiman vahvistamiseksi. Esitetty Lahden tiedepäivässä 15.11.2016. Haettu 18.6.2018 osoitteesta <http://blogit.lamk.fi/lahdentiedepaiva/palvelukokemus>

- Parjanen, S., Laakso, H. & Rantala, T. (2016). Open innovation platforms supporting city renewal. Teoksessa A. Aalto & L. Montonen (toim.), *Smart cities in smart regions 2016: Conference proceedings* (s. 158–164). (The publication series of Lahti University of Applied Sciences, part 27.)
- Parjanen, S., Rantala, T. & Laakso, H. (2016). *Lahden keskusta - kiinteistönomistajien ajatuksia ja näkemyksiä*. (Lappeenrannan teknillinen yliopisto LUT Lahti. LUT Scientific and Expertise Publications. Tutkimusraportit - Research Publications No. 54.)
- Park, S. B. & Park, K. (2017). Thematic trends in event management research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 848–861. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2015-0521>
- Pettersson, R. & Getz, D. (2009). Event experiences in time and space: A study of visitors to the 2007 World Alpine Ski Championships in Åre, Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9, 308–326. <https://doi.org/10.1080/15022250903119504>
- Rehunen, A., Helminen, V., Kosonen, P., Viinikka, A., Ahonen, O. & Käyhkö, H. (2014). *Keskusta-alueet ja vähittäiskauppa kaupunkiseuduilla*. (Ympäristöministeriön raportteja 8/2014.)
- Ritchie, B., Shipway, R. & Cleeve, B. (2009). Resident perceptions of mega-sporting events: A non-host city perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14, 143–167. <https://doi.org/10.1080/14775080902965108>
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (2010). Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa J. Ruusuvuori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.), *Haastattelun analyysi* (s. 9–36). Tampere: Vastapaino.
- Saastamoinen, J. (2016). Tapahtumien rooli Rovaniemen matkailun kehittämisessä. Teoksessa M. Haanpää & M. Hakkarainen (toim.), *Urheilutapahtuma kaupungissa: Näkökulmia juoksutapahtuman matkailulliseen kehittämiseen* (s. 136–160). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Schulenkorf, N. (2010). The roles and responsibilities of a change agent in sport event development projects. *Sport Management Review*, 13, 118–128. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.05.001>
- Smith, A. (2009). Theorising the relationship between major sport events and social sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14, 109–120. <https://doi.org/10.1080/14775080902965033>
- Smith, A. & Fox, T. (2007). From ‘event-led’ to ‘event-themed’ regeneration: The 2002 Commonwealth Games legacy scheme. *Urban Studies*, 44, 1125–1143. <https://doi.org/10.1080/00420980701256039>
- Spilling, O. (1996). Mega event as strategy for regional development: The case of the 1994 Lillehammer Winter Olympics. *Entrepreneurship & Regional Development*, 8, 321–344. <https://doi.org/10.1080/08985629600000018>
- Suvinen, T. (2017). Lahden MM-hiihdot poiki järjestäjille positiivisen palautteen vyöryn - yli 90 prosenttia kisavieraista oli tyytyväisiä juhlakisojen tunnelmaan. *Etelä-Suomen Sanomat*, 11.4.2017. Haettu 29.11.2017 osoitteesta <http://www.ess.fi/urheilu/hiihtolajit/art2361360>
- Takalo, T. (2015). *Massaliikuntatapahtuman osallistujaryhmät ja osallistumisen motiivit: Kainuun rasti- viikko ja suunnistuksen MM-kilpailut 2013*. (Studies in sport, physical education and health 223.) Jyväskylä: University of Jyväskylä.

- Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world. *European Journal for Sport and Society*, 10, 121–141. <https://doi.org/10.1080/16138171.2013.11687915>
- Taks, M., Green, B. C., Misener, L. & Chalip, L. (2014). Evaluating sport development outcomes: The case of a medium-sized international sport event. *European Sport Management Quarterly*, 14, 213–237. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.882370>
- Trail, G. T., Fink, J. S. & Anderson, D. F. (2003). Sport spectator consumption behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 12, 8–17.
- Tukiainen, T., Leminen, S. & Westerlund, M. (2015). Cities as collaborative innovation platforms. *Technology Innovation Management Review*, 5(10), 16–23. Haettu 28.5.2018 osoitteesta <http://timreview.ca/article/933>
- Tura, T. & Harmaakorpi, V. (2005). Social capital in building regional innovative capability. *Regional Studies*, 39, 1111–1125. <https://doi.org/10.1080/00343400500328255>
- Vasanen, A. (2010). Asuinpaikkana kaupungin keskusta: Asumispreferenssit ja asumisviihtyvyyden Turun keskustassa. *Yhdyskuntasuunnittelu*, 48(1), 6–23.
- Viitamies, J. (2016). *Kenen Aleksin Helsinki: Kluuvien kävelykatutaistelut 1968–2003*. Väitöskirjatutkimus, Helsingin yliopisto, Humanistinen tiedekunta.
- Warnaby, G., Bennison, D. & Davies, B. J. (2005). Retailing and the marketing of urban places: A UK perspective. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 15, 191–215. <https://doi.org/10.1080/09593960500049407>
- Warnaby, G. & Medway, D. (2004). The role of place marketing as a competitive response by town centres to out-of-town retail developments. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 14, 457–477. <https://doi.org/10.1080/0959396042000260898>
- Whitford, M. (2009). A framework for the development of event public policy: Facilitating regional development. *Tourism Management*, 30, 674–682. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.018>
- Weltevreden, J. W. & van Rietbergen, T. (2007). E-shopping versus city centre shopping: The role of perceived city centre attractiveness. *Journal of Economic and Social Geography*, 98, 68–85. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2007.00377.x>



Väylänvarrella – Tieteidenvälisen dialogin soveltamisesta luontomatkailukohteiden suunnitteluun

Miia Mäkinen, Oulun yliopisto, Teknillinen tiedekunta, Arkkitehtuurin yksikkö
Outi Rantala, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)
Kaarina Tervo-Kankare, Oulun yliopisto, Maantieteen tutkimusyksikkö, matkailumaantiede

Abstract

In this article, we describe and examine the process and outcomes of collaborative and multidisciplinary dialogue and field course project, the aim of which was to study, develop, and test multidisciplinary dialogue as a design method for nature-based tourism. We aim to increase collaboration between architecture and tourism, and thus, develop more interactive planning methods that enable us to sensitize ourselves to the relationship between human and nature. In so doing, we work towards creating a supportive environment for a design method that enhances human-nature interaction. We want to provide a basis for developing tourism concepts that focus on experiencing localities and the natural environment, and are driven by them, rather than just the needs of the tourism industry. The concept of dwelling, as interpreted by Norberg-Schulz, plays a central role in this article. It guides our examination of the process and the stages required for creating an experience-based understanding of the possibilities offered by the surrounding nature. According to our findings, time is one of the most important aspects in enabling dwelling and interaction in this kind of planning process. Our concluding remarks are that dwelling, stopping, experiencing and active interaction with diverse actors (not just human actors!) can yield more polyphonic planning processes, even though they cannot dissolve all the challenges identified in participatory planning.

Keywords: dwelling, participatory tourism planning, architecture, human-nature relationship

Johdanto

Ihmisen kehollisuuden ja meitä ympäröivän materiaalsen maailman välistä suhdetta on viime aikoina tarkasteltu entistä enemmän erityisesti uusmaterialistisen lähestymistavan sisällä (esim. Rautio, 2013; Springgay & Truman, 2018). Tavoitteena on ollut tuoda analyttisen tarkastelun kohteeksi päivittäisiä arjen vuorovaikutuksissa olemisen käytänteitä – sekä osallistua avoimesti ei vain inhimillisten arvojen ja käsitteiden maailmaan vaan myös ”enemmän kuin inhimilliseen” maailmaan (Johnston, 2008; Kinnunen, 2017). Myös suomalaisen matkailututkimuksen piirissä huomion kohteeksi on nostettu vuorovaikutuksessa olemisen luonnon kanssa arjessa ja lomalla, joko luonnon toimijuuden (esim. Valkonen, 2011) tai luonnon ja ihmisen välisten kohtaamisten näkökulmasta (esim. Rantala, 2017; Äijälä, 2016). Pyrkimyksenä on tavoittaa ei-inhimillisten toimijoiden rooli ja ymmärtää uusin tavoin enemmän kuin inhimillistä maailmaa. Taustalla on halu tunnustaa perinteisen romanttisen tai autenttisen luonnon toimijuuden sijaan suhteellinen toimijuus, joka on usein pohjimmiltaan luovaa (Clope & Jones, 2001).

Kuvaamme artikkelissamme matkailun ja arkkitehtuurin välistä yhteistyötä, jonka perimmäisenä tavoitteena on ollut edistää ja tukea ihmisen ja luonnon välisen vuorovaikutuksen huomioimista uusin tavoin luontomatkoilun kontekstissa. Tavoitteenamme on pohjustaa uudenlaisten, vuorovaikutteisten suunnittelumenetelmien kehittämistä, jotka korostavat ei vain paikallisuuden vaan myös luonnon toimijuuden huomioimista luontoon perustuvan matkailun kehittämisessä. Vaikka luontomatkoilukohteiden suunnittelu ja kehittäminen ovat muuttuneet aiempaa osallistavammiksi ja vuorovaikutteisemmiksi prosesseiksi (Timothy & Tosun, 2003), niihin liittyy silti monenlaisia haasteita, kuten luonnon arvottaminen ja tuotteistaminen eri toimijoiden näkökulmista (esim. Mettiäinen, 2007; Mettiäinen, Rantala & Uusitalo, 2007; Saarinen, 2017). Vuorovaikutteinen ja osallistava suunnittelu nähdään joka tapauksessa aiempia suunnittelumalleja demokraattisempana menetelmänä. Tässä artikkelissa kuvailemme tieteidenvälisen yhteistyö tähtää vuorovaikutteiseen suunnitteluun, jossa eri asiantuntijoiden välinen yhteistyö on tärkeää mutta jossa keskeiseen rooliin nousevat paikallisuuden ja luonnon kokeminen. Tällöin mahdollisuudet ympäristöä ja paikallisuutta kunnioittavan matkailun kehittämiseen paranevat.

Olemme kehittäneet matkailun ja arkkitehtuurin välistä yhteistyötä dialogin kautta – ajatuksenamme on, että vuorovaikutteinen suunnittelu edellyttää keskusteluyhteyttä eri tieteenalojen edustajien, suunnitteluun osallistuvien tahojen ja erilaisten toimijoiden (kuten luonnon) välillä. Artikkelissamme tarkastelemme juuri tieteidenvälistä keskusteluyhteyttä ja sen luomia mahdollisuuksia herkistyä ei-inhimillisille toimijuuksille. Näemme tämän keskusteluyhteyden osana vuorovaikutteista suunnitteluprosessia. Keskitymme tiedeyhteisön ja luonnon väliseen yhteyteen emmekä esimerkiksi paikallisten toimijoiden, matkailijoiden, matkailuyrittäjien tai päättäjien osallisuuteen suunnitteluprosessissa.

Empiirisinä kohteina yhteistyössämme ovat toimineet Varangin niemimaa Pohjois-Norjassa ja Väylänvarsi Kolarissa. Varangin niemimaalla sijaitsee useita Biotope-arkkitehtitoimiston suunnittelema moderneja laavuja, joita käytimme aluksi kahden tutkijan välisen dialogin kontekstina (Rantala & Mäkinen, 2018). Sovelsimme Varangin niemimaalla kehittämäämme dialogin menetelmää kansainvälisellä kenttäkurssilla Väylänvarrella syksyllä 2017. Tavoitteenamme oli tuoda eri

alojen tutkijat – ja kenttäkurssilla myös opiskelijat – vuorovaikutteiseen kanssakäymiseen, jonka tulemana syntyisi alustavia kehittämisideoita luontosuhdetta syventävistä luontomatkailukoh-teista ja -rakenteista. Halusimme näin ulottaa dialogin kahden tutkijan välisestä keskusteluyh-teydestä laajemmaksi tieteidenväliseksi vuorovaikutteiseksi suunnitteluprosessiksi.

Artikkelimme aluksi esittelemme lyhyesti lähestymistapamme teoreettiset lähtökohdat. Päähuomiomme kiinnittyy Väylänvarrella toteutetun vuorovaikutteisen kanssakäymisen eri vaiheiden tarkasteluun *asuttamisen* (*dwelling*, ks. Heidegger, 1977; Ingold, 2000) käsitteen avulla. Kuvaamme aluksi aineiston tuottamista kolmivaiheisena prosessina, jossa kuljetaan empiiri-seltä kentältä kohti suunnittelun kenttää. Kuljetamme tekstissämme Varangin niemimaan ja Väylänvarren aineistoja rinnakkain. Asuttamisen käsite on toiminut analyttisenä työvälinee-nä alusta asti Varangin niemimaalla käynnistyneessä dialogissa, mutta se on saanut uutta si-sältöä ja uusia teoreettisia tausta-aineistoja dialogin eri vaiheissa. Väylänvarren kokemuksen tarkastelussa sovellamme Christian Norberg-Schulzin (1985) luomia paikallisen, kollektiivisen, julkisen ja yksityisen asuttamisen muotoja. Lopuksi kiinnitämme huomiota erityisesti siihen, millä tavoin asuttamisen ja luonnolle herkistymisen kokemuksia saavutettiin Väylänvarrella, ja pohdimme, kuinka keskusteluyhteyden syntymistä luontomatkailukohteiden suunnittelupro- sessissa voidaan edistää.

Teoreettiset lähtökohdat

Kestävän matkailun suunnittelussa korostetaan usein paikallistasolta lähtevää toimintaa, alueen elinkeinojen kokonaisvaltaista huomioimista ja erilaisten toimijoiden, kuten paikallis-ten järjestöjen ja ei-kaupallisten tahojen, ottamista mukaan suunnitteluun (Hynönen 2002, 145; Mettiäinen, 2007). Matkailuun liittyvässä suunnittelussa osallisuuden ja paikallisuuden kysy-mykset nousevatkin usein esille. Osalliseksi voidaan laskea kuuluvan laajasti erilaisia toimijoi-ta paikallisista asukkaista ja yhdistyksistä viranomaisiin ja etujärjestöihin (Mettiäinen, 2007). Parhaimmillaan vuorovaikutteinen suunnitteluprosessi yhdistää erilaisia osallisia ja kerryttää sosiaalista pääomaa – sikäli kuin suunnittelussa tapahtuu yhteisöllistä oppimista, jota voidaan-kin pitää prosessin päätavoitteena (Randolph, 2004, 59).

Artikkelissamme kiinnitymme vuorovaikutteiseen suunnitteluprosessiin reflektioivasta, eri tieteenalojen välisestä dialogista ja ympäristön havainnointiin herkistävästä menetelmästä – emme niinkään perinteisen vuorovaikutteisen suunnittelun ja osallisuuden kysymyksistä – käsin. Tavoittemme on kylläkin nostaa esille ei-inhimillisen toimijuuden roolia suunnittelus-sa, erityisesti kehittämässämme dialogin menetelmässä. Reflektioivassa tieteenalojen välisessä dialogissa tavoittemme on ollut kehittää työskentelytapoja, jotka mahdollistavat herkistymisen luonnossa ja moniaistissa kokemuksissa läsnä olevalle tiedolle. Tim Ingold (2011, s. 73) kuvaa tällaista tutkimisen tapaa kulkemiseksi maailmassa sen sijaan että liikkuisimme maan pinnalla. Tällöin emme havainnoi vain maiseman osia vaan myös sitä, miten esimerkiksi tuulet ja säätilat vaikuttavat mielialoihimme, olemiseemme ja motivaatioomme. Ingoldin ajatus voidaan linkit-tää matkailusuunnitteluun, joka on kohdistettu matkailijoille, jotka asuttavat paikkoja eivätkä ainoastaan vieraile niissä (Veijola & Falin, 2014).

Asuttamisen käsite, joka valikoitui menetelmämme keskiöön, viittaa keholliseen, kokonaisvaltaiseen osallistumiseen arkisiin käytäntöihin (Obrador Pons, 2003). Martin Heideggerin esittämää asuttamisen käsitettä on kehittänyt eteenpäin erityisesti Tim Ingold, mutta sitä ovat kehittäneet myös monet muut tutkijat, eikä suhtautuminen käsitteeseen ole ollut ristiriidatonta (ks. Cloke & Jones, 2001). Asuttamiseen sisältyvä ajatus luonnon ja kulttuurin sekä kehon ja mielen välisten vastakkainasetteluiden purkamisesta ja keskittymisestä niiden sijaan maailmassa läsnäolemisen tapoihin on keskeinen, kun erilaisia toimijuuksia pyritään tuomaan esiin. Läsnäolomme ja olemisemme maailmassa voidaan nähdä olevan aina kontekstisidonnaista, elettyä (Ingold, 1995, Cloken & Jonesin, 2001 mukaan).

Asuttamisen käsitettä on viime aikoina sovellettu myös esteettisen tietämisen kontekstissa, jolloin juuri käytännöllinen ja avoin läsnäolo niin inhimillisten kuin ei-inhimillisten toimijoiden (kuten eläinten) kanssa toimittaessa korostuu (Johnston, 2008). Pyrimmekin asuttamisen kautta hermistymään sekä tutkimuksen ja suunnitteluprosessien kohteena olevassa ympäristössä että meissä itsessämme läsnä olevalle tiedolle. Sen lisäksi, että asuttamisen näkökulma on ollut läsnä ”maailmassa olemisen tapana” yhteistyössämme empiirisellä kentällä ja dialogin eri vaiheissa, sovellamme sitä artikkelin keskusteluosiossa erityisesti arkkitehtuurin käsitteenä. Christian Norberg-Schulzin (1985) luomat paikallisen, kollektiivisen, julkisen ja yksityisen asuttamisen muodot voidaan liittää erilaisiin tiloihin – kuten julkisiin rakennuksiin ja yksityisiin koteihin (Habib & Khosro Sahhaf, 2012). Tässä yhteydessä on mielestämme kuitenkin parempi välttää lokerointia – sen sijaan on tärkeämpää tunnistaa asuttamisen muotoihin sisältyviä eristeisiä tiloja ja vyöhykkeitä (kuten esimerkiksi yksityisempiä paikkoja julkisissa tiloissa ja toisaalta yksityistiloista löytyviä paikkoja, joihin voi kokoontua ja vastaavasti vetäytyä) sekä testata asuttamisen eri muotoja suunnitteluprosessissa.

Ympäristön havainnointia tieteidenvälisessä dialogissa

Käytännössä testasimme aluksi dialogiin pohjautuvaa vuorovaikutteista menetelmää matkailututkijan ja arkkitehdin välillä (ks. Rantala & Mäkinen, 2018). Tämän jälkeen pilotoimme syntyneitä ideoita yliopisto-opiskelijoiden, kunnan edustajien ja muiden tutkijoiden kanssa. Kuvaamme seuraavaksi tämän dialogin kolmivaiheisen prosessin, joka kulkee empiiriseltä kentältä kohti konseptuaalisen suunnittelun kenttää. Kuljetamme tekstissä rinnakkain kuvausta Varangin niemimaan ja Väylänvarren dialogista. Pyrimme näin esittämään, miten kolmivaiheinen, kahden tutkijan välinen dialogi laajennettiin kohti moniäänisempää vuorovaikutteisen suunnittelun prosessia.

Vaihe 1

Varangin niemimaan kontekstissa toteutetun dialogin ensimmäisen vaiheen muodostivat yhteisesti jaetut ja reflektoidut kokemuksemme kesällä 2015 toteutetuista erillisistä matkoistamme Varangin alueelle (kuva 1). Tutustuimme matkoillamme Biotope-arkkitehtitoimiston suunnittelemiin lintujen tarkkailulaavuihin viettämällä aikaa laavuilla, yöpymällä niiden läheisyydessä, haastattelemalla laavut suunnitellutta arkkitehtiä ja tutustumalla laavuja koskeviin kuvauksiin (ks. Rantala & Mäkinen, 2018).



Kuva 1. Asuttamassa moderneja laavuja. (Kuvat: Miia Mäkinen & Outi Rantala.)

Väylänvarressa vuorovaikutteinen yhteistyömme käynnistyi yhteisellä keskustelulla meidän tutkijoiden ja kunnan edustajien kesken. Kolarin kunnalla oli vireillä ajatus Väylänvarren lohireitin kehittämisestä matkailureittinä, niin että se tukisi ja laajentaisi kunnan muita jo olemassa olevia matkailupalveluita sekä toisaalta vahvistaisi reitin nykyistä matkailukäyttöä. Tutkijoina taas etsimme sopivaa kohdetta kansainvälistä, monitieteistä kenttäkurssiamme varten, sillä halusimme soveltaa Varangin kontekstissa luomaamme konseptia pohjoissuomalaisen luontomatkailukohteen suunnitteluun. Koimme Väylänvarren reitin hedelmälliseksi lähtökohdaksi kurssille, koska sen ympäristö on pitkälti luonnontilainen ja matkailuinfrastruktuuria on vain vähän. Toisaalta jo jossain määrin olemassaoleva pienimittakaavainen matkailukäyttö, alueen historia ja ohjajava matkailijavirta lisäsivät myös osaltaan kohteen sopivuutta tarkoitukseemme. Reitti ja alue tuntuivatkin tarjoavan juuri toivomamme lähtökohdat ympäristöä ja paikallisuutta kunnioittavan ja niihin sopeutuvan matkailun kehittämiseen – jolloin ei tavoitella ylisuuria matkailijamääriä ja pyritään välttämään suurellista rakentamista pelkästään matkailun ehdoilla ja sen tarpeisiin.

Väylänvarren reitillä on pituutta reilut 70 kilometriä Pellon ja Kolarin välillä. Vaikka reittiä olisi ollut mielenkiintoista lähteä tutkimaan myös täysin avoimelta pohjalta, olisi se kokonaisuudessaan ollut liian laaja ja mahdoton lähtökohta viikon kestäväälle kenttäkurssillemme. Tarvitsimme selkeät paikat, joiden pohjalta opiskelijat pääsisivät suhteellisen nopeasti kiinnittymään ympäristöön ja aihepiirin teemoihin. Kunnan edustajien kanssa pystyimme valitsemaan etukäteen reitin varrelta yhdeksän eri paikkaa (kuva 2), joista useimmissa oli jo valmiiksi pysähtymispaikka ja joissakin myös muita yleisiä toimintoja tai palveluita, kuten veneenlaskupaikka, uimaranta, nuotiopaikka tai käymälät.



Kuva 2. Kartta Väylänvarren reitistä.

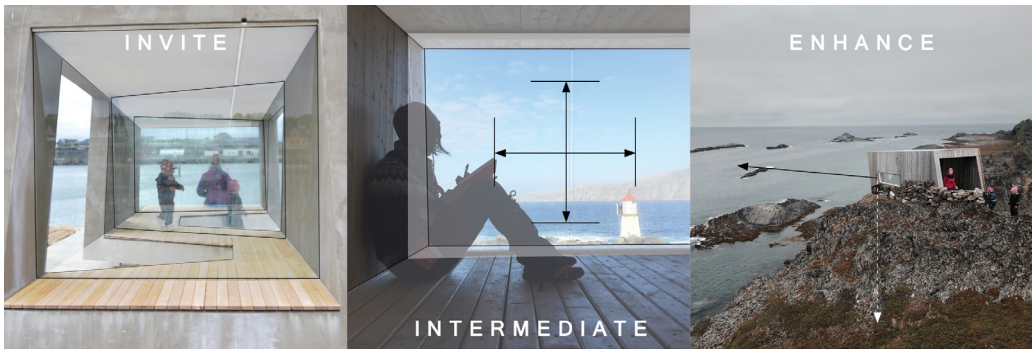
Valitut yhdeksän paikkaa esiteltiin opiskelijoille kenttäkurssin aloituspäivänä suullisesti sekä karttojen ja kuvien muodossa. Opiskelijat jaettiin neljään 7–8 henkilön ryhmään, joista jokaisessa oli sekä matkailututkimuksen, matkailumaantieteen että arkkitehtuurin opiskelijoita. Koska opiskelijaryhmämme oli kansainvälinen, pyrimme luomaan ryhmiä, joissa olisi edustettuina useampia kansallisuuksia. Ryhmät ohjeistettiin käyttämään koko ensimmäinen ryhmätyöpäivä reittiin tutustuen ja reitin tunnelmaa ja ympäristöä aistien: ajamaan koko Väylänvarren reitti läpi, pysähtymään erityisesti näihin yhdeksään ennalta esiteltyyn paikkaan ja asuttamaan itsensä reitille. Ohjeistimme ryhmiä tuntemaan, näkemään ja kuulemaan, keräämään kokemuksia, kytkeytymään ympäristöön ja tekemään asioita pelkän havainnoinnin sijaan. Kehotimme myös jakamaan kokemuksia ryhmissä ja puhumaan niistä sekä tallentamaan kokemuksia eri tavoin: kuvin, videoin, muistiinpanoin, runoin, kartoin ja piirtäen. Kurssia varten perustettiin oma Facebook-ryhmä, jonne opiskelijat ja tutkijat jakoivat kuvia ja videoita (kuvat 3–4).



Kuvat 3–4. Tuntemassa, näkemässä ja kuulemassa Väylänvarrella. (Kuvat: Miia Mäkinen & Outi Rantala.)

Vaihe 2

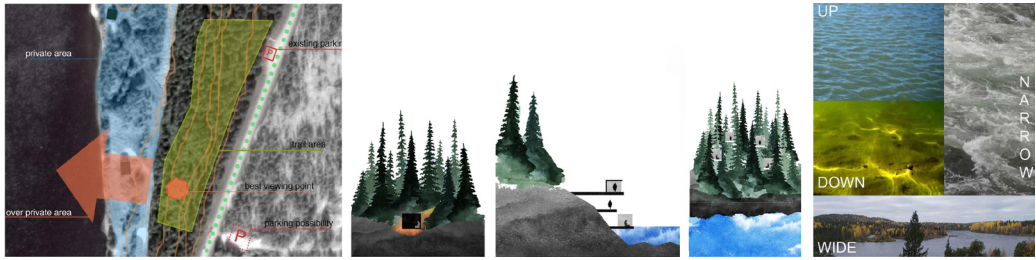
Varangin niemimaalla dialogimme toinen vaihe koostui huomioiden ja kokemusten tuomisesta tieteellisten käsitteiden ja viitekehysten piiriin. Muodostimme dialogin ensimmäisessä vaiheessa tekemiemme huomioiden pohjalta kolme väitettä, jotka kuvaavat laavujen ominaisuuksien vaikutusta ihmisen luontoyhteyteen ja sen vahvistamiseen. Nämä olivat: (1) Laavut kutsuvat meitä pidemmälle luontoon tai pysymään tietyllä alueella. Laavut kutsuvat meitä olemaan ja toimimaan tietyllä tavalla: pysähtymään, leikkimään, tekemään nuotion, syömään ja nukkumaan. (2) Laavut toimivat välittävänä elementtinä urbaanin ja luonnonympäristön välillä sekä ihmisen ja luonnon välillä suojaten meitä liialta luonnolta. (3) Samanaikaisesti laavut auttavat meitä rajaamaan näkymiä ja keskittämään aistikokemuksia, ja kyvyllään korostaa luonnonympäristön ominaisuuksia ne kutsuvat meitä viipymään pidempään luonnossa. Nimesimme väitteet sen mukaan, miten ne vaikuttavat matkailijan käytäntöihin: laavut kutsuvat, välittävät ja korostavat (kuva 5; Rantala & Mäkinen, 2018).



Kuva 5. Yhteisten väitteiden muodostuminen. (Kuvat: Outi Rantala, Ville Virta & Jarmo Rinkinen.)

Väylänvarrella aloituspäivän jälkeiset ryhmätöypäivät vietettiin ryhmissä, kukin ryhmä tutustuen valitsemiinsa yksittäisiin kohteisiin. Ryhmien valinnat pohjautuivat ensimmäisen päivän kokemuksiin, luonnoksiin ja keskusteluihin, joita ryhmäläiset kävivät sekä keskenään että meidän tutkijoiden (matkailututkijan ja arkkitehtuurin tutkijan lisäksi maantieteilijä) ja kunnan edustajan kanssa. Erityisesti keskustelut ja kohteisiin tutustuminen paikallisen projektipäällikön opastuksella nousivat keskeiseen rooliin. Projektipäällikkö oli kerännyt Kolarin kylien kehittämishankkeessa tarinoita ja tietoa Kolarin kunnan ja Väylänvarren historiasta ja käsikirjoittanut tarinoiden pohjalta näytelmän. Hän osasi herättää Väylänvarren historian eloon ja innosti ja kannusti ryhmiä panostamaan ideoihinsa, heittäytymään suunnittelutyöhön ja eläytymään paikan henkeen. Kunnan tiedottaja seurasi ryhmien työskentelyä ja tiedotti työstä ja ideoista kunnan Facebook-sivuilla, mikä osaltaan kannusti ja motivoi ryhmiä ja toi dialogiin mukaan laajemman keskustelufoorumin.

Kukin ryhmä työsti kenttätöypäivien jälkeen oman ideansa Väylänvarren kehittämiskohdeesta konkreettisemmaksi esitykseksi. Esitysten nimet olivat Mielikkitie, Kelluvat mökit (Floating cabins), Vastakohtat (Opposites) ja Jokien kohtaaminen (Where the rivers meet). Ryhmät ideoivat kehittämissuunnitelmia sekä koko reitille että yksittäisiin kohteisiin reitin varrelle. Tuotoksia olivat esimerkiksi informaatiokyltit, jo olemassa olevan infrastruktuurin ja lyhyiden patikointikohteiden esille tuominen – mutta myös uudet moniaistiset kohteet, joissa yhteys luontoon olisi läsnä yllättävinkin tavoin ja joissa päästäisiin veden ylle ja alle, metsän sisään ja kosken äänien äärelle (kuva 6). Tuotoksissa välittyi hyvin ajatus kolmesta ei-inhimillisestä toimituksesta ilmentävästä elementistä (kutsuminen, välittäminen ja korostaminen), joita toivoimme opiskelijoiden hyödyntävän suunnitelmissaan.

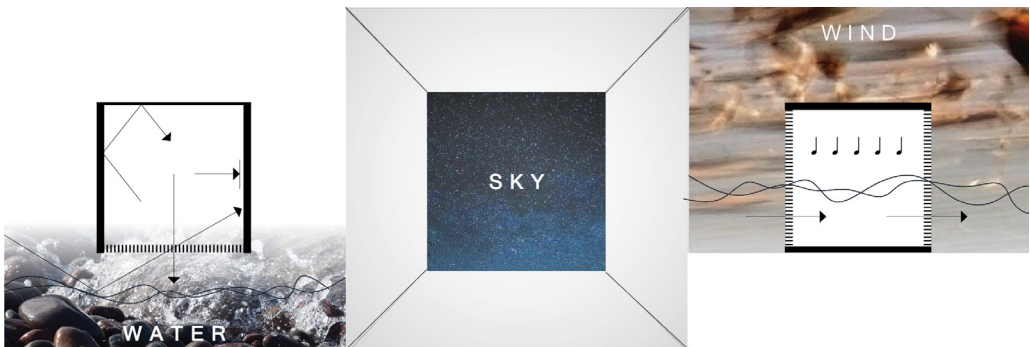


Kuva 6. *Jokien kohtaaminen* (Kirsi Kuusisto, Tiina Mäki-Petäjä, Ibolya Nagy, Anna Pietilä, Phoebe Tso & Vilho Vähämäki), *Mielikkitie* (Arwa Benkherouf, Kristiina Heikura, Annette Krause, Kati Kyyrö, Antto Lehto, Michelle Spinei & Tiina Walin-Jatkola) ja *Vastakohtat* (Margret Wendt, Kaisa Klemetti, Ella Björn, Johanna Merk, Dohee Kim, Marjaana Juujärvi & Santtu Hyvärinen).

Viikon päätteeksi työt esiteltiin Kolarin kunnantalolla kunnan edustajille, muille kurssilaisille sekä meille kurssin opettajina toimineille tutkijoille. Esittelyjen yhteydessä keskusteltiin syntyneistä ideoista, tehdyistä havainnoista ja siitä, mitkä oivalluksista haluttaisiin kehittää pidemmälle. Kunnan edustajat kommentoivat ryhmien töitä erityisesti käytännön näkökulmasta ja tutkijat aiemman tutkimustiedon ja kurssin aikana kokemansa pohjalta. Paikallisten lehtien ja sosiaalisen median alustojen edustajat jakoivat tietoa esitellyistä töistä omien kanaviensa kautta paikallisille asukkaille ja toimijoille.

Vaihe 3

Dialogimme kolmannessa vaiheessa Varangin niemimaalla kehitimme ja tutkimme edelleen väitteitä suunnittelemalla kolme tilakonseptia tukemaan ja vahvistamaan eri luonnonelementtien – veden, taivaan ja tuulen – kokemuksellisuutta (kuva 7). Vaiheessa kaksi muodostamiemme väitteiden avulla toimme tilakonsepteihin tietoa, jonka olimme saavuttaneet asuttamalla laavuja ja herkistymällä kuulemaan sekä luonnossa läsnä olevaa tietoa että meillä tutkijoilla – matkailututkijalla ja arkkitehtuurin tutkijalla – itsellämme olevaa tietoa.



Kuva 7. Tilakonseptit hahmottuvat. (Kuvat: Miia Mäkinen.)

Tilakonseptien ideana oli rekonstruoida muodostamamme kolme väitettä konkreettisiksi suunnittelukonsepteiksi – kuitenkin niin, että konsepteja voitaisiin soveltaa erilaisiin ympäristöihin ja paikkoihin. Arkkitehtuurissa tilakonseptit viittaavat suunnitteluun, jossa arkkitehtonisia piirteitä hahmotetaan ja kuvataan sekä visuaalisesti että tekstuaalisesti. Sovelsimme

tätä ajatusta siten, että käytimme tilakonsepteja ikään kuin väitteidemme testiympäristönä. Muodostamamme kolme väitettä loivat pohjan, josta tilakonseptit kasvoivat. Konseptit eivät ole kuitenkaan palautettavissa takaisin yksittäisiin väitteisiin. Konseptit kuvaavat ja visualisoivat esimerkiksi sitä, kuinka vesi voi houkuttaa meitä huomioimaan erilaisia ympäristön ulottuvuuksia ja herkistymään eri aistien käytölle – ja kuinka suunnittelun avulla voimme vahvistaa eri aistien roolia ja valittujen ympäristön ulottuvuuksien tuomista huomion kohteeksi (ks. Rantala & Mäkinen, 2018).

Väylänvarren ryhmäläiset veivät kurssin jälkeen ideoitaan eteenpäin kukin oman tieteenalansa keinoin – joko kehittämällä arkkitehtuurikonsepteja tai työstämällä kehittämissuunnitelmia (kuva 8). Tutkijat ovat puolestaan käyttäneet Väylänvarren ideoita ja kokemuksia osana vuorovaikutteisten menetelmien kehittämisen prosessia sekä tutkimusaineistona ja uusien kurssien lähtökohtana.



Kuva 8. Arkkitehtiopiskelijoiden suunnitelmia (Anna Pietilä, Kristiina Heikura & Maija Pelkonen).

Herkistyminen luontoympäristölle dialogin aikana

Sovellamme seuraavaksi Norberg-Schulzin (1985) luomia paikallisen, kollektiivisen, julkisen ja yksityisen asuttamisen muotoja sen tarkasteluun, miten asuttaminen toteutui dialogimme eri vaiheissa. Arvioimme myös prosessin toimivuutta, siihen liittyviä haasteita ja sen tuomia mahdollisuuksia luontomatkailun suunnittelun kontekstissa.

Asettuminen paikkaan (*Natural dwelling*)

Norberg-Schulzin (1985) mukaan asuttaminen liittyy paikan ominaisuuksiin ja merkitsee eräänlaista ystävystymistä luonnollisten paikkojen kanssa. Kenttäkurssin rajallinen aika vaikutti suuresti ystävystymiseemme Väylänvarren kanssa. Aikajanan pituus olikin yksi merkittävä ero tarkastelemiemme Varangin asuttamisen ja Kolarin kenttäkurssiviikon aikaisen asuttamisen välillä. Varangissa asutimme paikkaa lomamatkojen aikana ja keräsimme itsellemme materiaalia matkasta. Toisaalta asuttamisen voi ajatella jatkuneen vielä pitkään matkojemme jälkeenkin, kun annoimme muistoillemme aikaa mielissämme, jaoimme kokemuksiamme ja keskustelimme niistä. Kolarin kenttäkurssi taas tapahtui pääosin viikon aikajanan sisällä, jolloin yhtäaikaaisesti sekä kerättiin kokemuksia paikasta että pyrittiin työstämään niistä syntyneitä ajatuksia ja kokonaisuuksia yksin ja yhdessä muiden kanssa. Toki jokainen jatkoi omaa prosessiaan kurssiviikon jälkeenkin omien ajatusten jatkaessa eloaan ja harjoitustyön edistyessä. Mahdollisuutta herkeyttä kokemiselle näin lyhyessä ajassa pyrittiin helpottamaan hyvin avoimilla tavoitteilla ja

tehtävänasetteluilla. Tietoisuus siitä, että viikon aikana tulisi pystyä keskustelemaan kokemuk-
sistaan ja saada työstettyä yhteistä materiaalia, aiheutti kuitenkin mahdollisesti osallistujissa
painetta ja vaikeutti herkistymistä luonnon kokemiselle ja sen merkityksen pohtimista.

Carina Ren, René van der Duim ja Gunnar Thór Jóhannesson (2018) kuvaavat matkailu-
tutkimusta ”maailmassa olemisena” (*being-in-the-world*, ks. Heidegger, 1977; Ingold, 2011). Täl-
lä he haluavat korostaa sitä, että matkailun tutkimusprosesseihin kuuluu usein olennaisena
osana paikkasidonnaisuus ja osallisuus ympäristöön, mikä puolestaan korostaa luovuuden ja
erilaisten verkostojen merkitystä. Tuoreessa väitöskirjassaan Tarja Salmela (2018; ks. myös Sal-
mela ym., 2017) niin ikään kuvaa luontomatkaillen tutkimista kehollisena kokemuksena, jos-
sa luonnon ja ihmisen välistä erottelua voidaan purkaa juuri osallisuuden kokemusten kaut-
ta. Voidaankin ajatella, että kollektiivinen ystäväystyminen paikkaan, silloin kun se tapahtuu
moniaistisesti ja kehollisesti, toimii yhtenä avaintekijänä dialogimaisessa luontomatkaillen
suunnitteluprosessissa. Aikataulullisia haasteita voidaan tällöin pyrkiä ratkaisemaan rakenta-
malla suunnitteluprosessiin ”paikkaan ystäväystymisen” vaihe, joka on mahdollisimman vapaa-
muotoinen. Esimerkiksi kenttäkurssin aikana opiskelijat saivat tukea tutkijoilta ja paikalliselta
projektipäälliköltä, mutta he saivat itse suunnitella, kuinka ja missä aikataulussa tutustuivat
kohteisiin.

Yhteisöllinen asuttaminen (Collective dwelling)

Norberg-Schulz (1985) näkee yhteisöllisen asuttamisen kohtaamisina, ideoiden ja tunteiden
jakamisena – kyse on elämän kokemisesta mahdollisuuksien moninaisuutena. Kollektiivinen
asuttaminen on hänelle kokoontumisen paikka ja muoto, löytämisen ja mahdollisuuksien tila
sekä elämisen rikkauden kokemista. Vuorovaikutteisen suunnitteluprosessin näkeminen kes-
kusteluyhteyden rakentamisena ja rakentumisena eri toimijoiden välillä kytkeytyy monin ta-
voin yhteisöllisen asuttamisen ideaan, sillä keskusteluyhteyden rakentaminen ja rakentuminen
edellyttävät kykyä ja halua jakaa tunteita ja mahdollisuuksien moniaisuutta – mutta myös ky-
kyä ottaa vastaan ja kuulla muiden ideoita ja kokemuksia. Emily Höckertiä (2018) mukaillen
keskusteluyhteyden voidaan ajatella edellyttävän suunnitteluprosessiin osallistuvilta valmiutta
keskeyttää oma tietämisen ja olemisen tapa sekä valmiutta toimia vastavuoroisesti ja vastuulli-
sesti suunnitteluprosessissa. Niin ikään Ingold (2011) kuvaa olemistamme maailmassa arkisten
ympäristöjemme rikkaudessa läsnä olemisena ja kohtaamisissa tapahtuvana improvisaationa,
joka perustuu kykyymme havainnoida meidän ja muiden läsnäoloa maailmassa.

Opiskelijat ja tutkijat asuivat kenttäkurssin ajan yhdessä vanhalla kyläkoululla, jossa ryh-
mät jakautuivat eri majoitushuoneisiin, illallisen valmisteluvuorossa oleviin ryhmiin sekä sau-
nojien ryhmiin. Ryhmien sekoittuminen ja yhdessä vietetty vapaa-aika sekä epämuodollinen
ryhmätyöaika edesauttoivat kollektiivisen asuttamisen kokemuksen syntymistä sekä valmiut-
ta pysähtyä kuulemaan kanssatutkijoiden tietoa ja paikan moninaisia toimijuuksia. Niin ikään
paikallisen projektipäällikön avoin ja kannustava asenne kutsui opiskelijoita ja tutkijoita kuu-
lemaan historian ääntä eri paikoissa ja tarinoiden muodossa kerrottua tietoa – ja jakamaan
omia tarinoita, joissa niin inhimilliset kuin ei-inhimilliset toimijuudet olivat läsnä.

Monitieteisyys tuo kuitenkin haasteita keskusteluyhteyden rakentamiseen. Eri tieteen-
aloja edustavilla opiskelijoilla oli omat kurssitehtävänsä, joihin heidän osallisuutensa ryh-

mätöissä tähtäsi. Lisäksi heillä oli yhteisen viitekehyksen ja yhteisten väitteiden lisäksi omat kurssimateriaalinsa, joihin heidän tuli tutustua. Yhteisöllisen asuttamisen näkökulmasta keskusteluyhteyttä voitaisiin paremmin pyrkiä tietoisesti rakentamaan avaamalla keskeisiä, eri tieteenalojen käsitteitä tarkemmin kaikille osallistujille. Tämä ehkäisisi turhautumisen tunteita ja houkuttelisi vastavuoroiseen pyrkimykseen ymmärtää toista osapuolta. Lisäksi uusien näkökulmien tavoittaminen voi herkistää luontoympäristön havainnoimiselle uusien tavoitteen – joko kiinnittämällä huomiota tilan ulottuvuuksiin tai esimerkiksi erilaisiin matkailullisiin tavoitteisiin, joita suunnittelun kohteina oleviin paikkoihin kiinnittyy.

Julkinen asuttaminen (Public dwelling)

Julkinen asuttaminen viittaa yhteisistä arvoista sopimiseen, valintojen tekoon sekä jäseny- neempään yhdessä olemisen tapaan (Norberg-Schulz, 1985). Voidaan ajatella, että kenttäkurs- sin tehtävänanto toimi jonkinlaisena virikkeenä jäsenyneeemmälle yhdessä olemisen tavalle. Tehtävänanto oli kuitenkin rakennettu hyvin väljäksi, jotta se mahdollistaisi opiskelijoista it- sestään nousevien ideoiden ja kokemusten esiintuomisen ja herkistymisen paikassa itsessään läsnä olevalle tiedolle. Huomasimmekin, että tehtävänanto oli arkkitehtuurin opiskelijoille liian avoin lähtökohta pohdittaessa, mitä, miten ja minne mahdollisesti rakennettaisiin. Tämä puolestaan sai heidät omissa jatkoharjoitustöissään pohtimaan ja kyseenalaistamaan tilaohjel- maansa liian pitkään, jolloin he eivät päässeet etenemään itse suunnittelutyössä riittävän no- peasti. Näin he eivät myöskään päässeet olennaisimman pariin: suunnittelun kautta rakenne- tun ja rakentamattoman tilan välisen suhteen pohdiskeluun. Selkeämpi ja rajatumpi lähtökohta voisi helpottaa alkuun ja aiheen ytimeen pääsyä sekä helpottaa ryhmän sisäistä keskustelua, vaikka se sulkeekin joitain mahdollisuuksia ulkopuolelle. Toisaalta rajatun tehtävänannon si- sällä voidaan pyrkiä rakentamaan tavoitteellisesti edellä mainittuja paikan asuttamisen ja kol- lektiivisen asuttamisen tilaisuuksia. Tällöin kokemiselle ja oleilulle yhdessä paikassa jäisi mah- dollisesti enemmän aikaa sen sijaan, että aikaa käytettäisiin aluksi hyvinkin vapaamuotoiseen paikkoihin ja ympäröivään luontoon herkistymiseen.

Osa opiskelijaryhmistä jäi ”loukkuun” keskustelemaan siitä, pitäisikö ylipäänsä rakentaa mitään, mikä viittaa juuri julkisen asuttamisen muotoon. Samoin osa opiskelijoista huomioi alueen suunnitteluun liittyviä realiteetteja (maanomistusolot, kustannukset ym.) enemmän kuin toiset, mikä vaikutti osaltaan konkreettisen lopputuloksen syntymiseen. Erilaiset arvot ja perehtyneisyys esimerkiksi alueen matkailun kehittymiseen ja paikallisiin matkailustrategioi- hin nousivat välillä ristiriitaan henkilökohtaisten kehollisten kokemusten ja aistikokemusten kanssa ja edellyttivät valintojen tekoa.

Matkailua ei tulisi nähdä yhtenä pysyvänä tai ennalta määriteltynä elinkeinona vaan erilai- sissa suhteissa ja erilaisten toimijoiden kautta määrittävänä toimintana (Ren & Jóhannesson, 2018). Niin ikään juuri ne valinnat, joita vuorovaikutteisessa suunnitteluprosessissa tehdään ja joista neuvotellaan sekä omiin tieteenalakäytäntöihin että henkilökohtaisiin ja kollektiivisiin kokemuksiin vedoten, tuottavat osaltaan matkailusta tietynlaista. Tällöin mahdollistuu myös luontomatkoilun tuottaminen ja suunnittelu luonnossa olemiselle herkistyen ja eri toimijuuk- sia kunnioittaen.

Yksityinen asuttaminen (Private dwelling)

Yksityinen asuttaminen on henkilökohtaisten valintojen tekemistä, oman identiteetin määrittelyä ja kehittämistä – omassa rajatussa maailmassa (Norberg-Schulz, 1985). Yksityistä asuttamista voidaan nähdä tapahtuvan koko vuorovaikutteisen suunnitteluprosessin ajan, kun suunnitteluprosessiin osallistutaan tietystä positioista käsin – kuka arkkitehtina, kuka matkailututkijana, kuka maantieteilijänä, paikallisena asukkaana, opiskelijana, asiantuntijana tai ulkopuolisena henkilönä. Eri positioiden kautta voidaan toisaalta vahvistaa omaa identiteettiä, toisaalta saada siihen uusia piirteitä. Henkilökohtaiset päiväkirjat tai yksin koetut hetket voivat edesauttaa henkilökohtaisten valintojen ja arvojen tunnistamista prosessin aikana.

Kenttäkurssilla yksityinen asuttaminen kiinnittyi erityisesti yhteisen kenttäosion jälkeen yksilötöinä työstettyjen suunnitelmien aikaan ja muotoon. Vuorovaikutteisessa suunnitteluprosessissa olisi kuitenkin tärkeää, että suunnitteluprosessi ei hajoa yhteisen kenttäosion ja aineiston työstön jälkeen eri asiantuntijoiden erillisiksi työosuuksiksi. Sen sijaan tulisi kehittää keinoja, jotka ulottavat vuorovaikutteisen keskusteluyhteyden myös yksityisen asuttamisen tilaan tai mahdollistavat palaamisen yksityisestä takaisin jaetumpiin asuttamisen tiloihin.

Väylänvarren kenttäkurssin voidaan ajatella kokonaisuudessaan muodostaneen tietynlaisen asuttamisen tilan. Tutkijoina yhdistimme prosessin alkuvaiheessa asuttamisen kokemuksen pääosin tiellä kulkemiseen ja tien varrella olemiseen. Sovellettuamme Norberg-Schulzin neljää asuttamisen ulottuvuutta Väylänvarrella toteutetun prosessin kokonaisuuden tarkasteluun tavoitteenamme on jatkossa pohtia, miten esimerkiksi matkailijan asuttamisen eri muotoja voidaan paremmin huomioida koko dialogin ajan – alun paikkaan herkimisen vaiheesta aina yksilökohtaisemman suunnittelun vaiheeseen asti. Tämä voisi rohkaista eri alojen tutkijoita ja asiantuntijoita pohtimaan luontomatkailevan suunnitteluprosessia laajempaan kokonaisuuteen, ei ainoastaan matkailijan ja luonnon kohtaamisen näkökulmasta.

Lopuksi

Tutkijoiden välisen dialogin soveltaminen yhteisen kenttäkurssin menetelmänä oli meille uudenlainen kokemus monitieteisestä yhteistyöstä. Opimme paljon eri tieteenalojen lähestymistavoista ja siitä, miten haasteellista niiden yhteensovittaminen saumattomasti voi olla. Kursilta saadut kokemukset auttavat meitä hahmottamaan suunnitteluprosessia ja osallistumaan luontomatkailevan suunnitteluun uusia näkökulmia hyödyntäen. Esimerkiksi eri toimijoiden ja asiantuntijoiden välisen vuorovaikutuksen luominen ja ylläpitäminen riittävän pitkään osoittautui yhdeksi keskeiseksi haasteeksi tehtäessä suunnittelua asuttamisen näkökulmasta. Tulevaisuudessa soveltaessamme ja kehittäessämme dialogin menetelmää edelleen voimme miettiä mahdollisia yhteensovittamisen kipupisteitä jo ennalta ja järjestää dialogin eri vaiheissa tuokioita, joissa eri tieteenalojen edustajat saavat pohtia ja miettiä ratkaisuja kynnyskysymyksiin oman tieteenalansa lähtökohdista käsin. Tämä on tärkeää erityisesti siirryttäessä dialogin vaiheesta toiseen: yhteisen kielen ja käsitteiden löytyminen kokemusten kautta esiin nouseville luonnon toimijuuksille vaatii aikaa ja mahdollisesti omaan tieteenalaperinteeseen nojautuvien lähestymistapojen tarkempaa arviointia.

Asuttamisen kautta tapahtuva suunnittelu ei poista osallistavaan suunnitteluun liittyviä haasteita siltäkään osin, että voimakkaimpien toimijoiden äänet voivat edelleen peittää alleen muiden näkemykset tai että yleensä on vaikea saada kaikkia osallisia osallistumaan suunnitteluun. Asuttaminen, pysähtyminen, kokeminen ja aktiivinen vuorovaikutus erilaisten toimijoiden kanssa voivat kuitenkin tehdä suunnitteluprosessista moniäänisempää ja enemmän erilaisia näkemyksiä huomioivaa. Väylänvarrella toteutetun dialogin eri vaiheita arvioidessamme tulimme siihen johtopäätökseen, että kunnan edustajana toimineen henkilön vaikutus suunnitteluprosessin käynnistymiseen oli merkittävä – ilman hänen intoaan ja pohjatonta tietovarantoaan erityisesti yhteisöllisestä asuttamisesta olisi muotoutunut erilainen kokemus.

Pohdimme tutkijoina myös sitä, ovatko pelkät kokemuksetkin arvokkaita. Kokemukset elävät meidän kaikkien työssä – eivätkä ole näin mitattavissa vain sillä, mitä Väylänvarrella jatkossa tapahtuu. Osallistavuuden kannalta konkreettiseen tulokseen pyrkiminen voi olla hyvä asia, mutta oppimisprosessin ja kokemuksellisuuden kannalta ei välttämätöntä. Jos suunnitelma jää ilmaan ja puheen tasolle, voivat suunnittelun ”kohteena” olevat tahot (kunta, paikalliset asukkaat, matkailuelinkeinon edustajat) kokea koko prosessin turhaksi ja aikaa vieväksi keskusteluksi. Puheen tasolle jäävän suunnittelun tuloksista ei myöskään voida arvioida, miten hyvin ne vastaavat tavoitteisiin: ovatko suunnittelun tuloksena syntyneet ratkaisut ympäristöä ja paikallisuutta kunnioittavia ja niihin sopeutuvaa (luonto)matkailua tukevia? Toisaalta kunnan edustajat olivat aktiivisina osallistujina mukana koko prosessissa, eivätkä hekään mittaa kurssista saatua hyötyä vain lopputulosten suoralla hyödynnettävyydellä – vaan myös uusina asuttamisen kokemuksina ja ideoina.

Kiitokset

Kiitämme kurssille osallistuneita opiskelijoita, Kolarin kunnan edustajia ja Arktisen yliopiston Pohjoisen matkailun temaattista verkostoa. Kenttäkurssin toteutukseen on saatu Pohjoismaiden ministerineuvoston Nordplus Higher Education -rahoitusta.

Lähteet

- Cloke, P. & Jones, O. (2001). Dwelling, place, and landscape: An orchard in Somerset. *Environment and Planning A*, 33, 649–666. <https://doi.org/10.1068/a3383>
- Habib, F. & Khosro Sahhaf, S. M. (2012). Christian Norberg-Schulz and the existential space. *International Journal of Architecture and Urban Development*, 1(3), 45–50.
- Heidegger, M. (1977). *Building, dwelling, thinking*. (Käant. Albert Hofstadter.) New York: Harper and Row.
- Hynönen, A. (2002). Matkailun alueellinen suunnittelu kestävän kehityksen näkökulmasta. Teoksessa J. Saarinen & J. Järviluoma (toim.), *Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta* (s. 135–147). (Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866). Rovaniemi.
- Höckert, E. (2018). *Negotiating hospitality: Ethics of tourism development in the Nicaraguan highlands*. London: Routledge.

- Ingold, T. (2000). *The perception of the environment: Essays on livelihood, dwelling and skill*. London: Routledge.
- Ingold, T. (2011). *Being alive: Essays on movement, knowledge and description*. London: Routledge.
- Johnston, C. (2008). *Beyond the clearing: Towards a dwelt animal geography*. *Progress in Human Geography* 35, 633–649.
- Kinnunen, V. (2017). *Tavarat tiellä: Sosiologinen tutkimus esinesuhteista muutossa*. (Acta Universitatis Lapponiensis 362.) Rovaniemi: Lapland University Press.
- Mettiäinen, I. (2007). Osallisuus ja osallistaminen. Teoksessa M. Uusitalo, P. Sarala & J. Jokimäki (toim.), *Maisemälähtöinen maankäytönsuunnittelu luontomatkailukeskuksissa* (s. 67–69). (Arktisen keskuksen tiedotteita 52.) Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Mettiäinen, I., Rantala, O. & Uusitalo, M. (2007). Osallistamisen menetelmiä. Teoksessa M. Uusitalo, P. Sarala & J. Jokimäki (toim.), *Maisemälähtöinen maankäytönsuunnittelu luontomatkailukeskuksissa* (s. 69–70). (Arktisen keskuksen tiedotteita 52.) Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Norberg-Schulz, C. (1985). *The concept of dwelling: On the way to figurative architecture*. New York: Rizzoli.
- Obrador Pons, P. (2003). Being-on-holiday: Tourist dwelling, bodies and place. *Tourist Studies*, 3, 47–66. <https://doi.org/10.1177/1468797603040530>
- Randolph, J. (2004). *Environmental land use planning and management*. Washington: Island Press.
- Rantala, O. (2017). Luontomatkailu. Teoksessa J. Edelheim & H. Iloa (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 59–63). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Rantala, O. & Mäkinen, M. (2018). Engaging with modern wooden shelters. Teoksessa C. Ren, G. T. Jóhannesson & R. van der Duim (toim.), *Co-creating tourism research: Towards collaborative ways of knowing* (s. 24–38). London: Routledge.
- Rautio, P. (2013). Children who carry stones in their pockets: On autotelic material practices in everyday life. *Children's Geographies*, 11, 394–408. <https://doi.org/10.1080/14733285.2013.812278>
- Ren, C., van der Duim, R. & Jóhannesson, G. T. (2018). Co-creation of tourism knowledge. Teoksessa C. Ren, G. T. Jóhannesson & R. van der Duim (toim.), *Co-creating tourism research: Towards collaborative ways of knowing* (s. 1–10). London: Routledge.
- Ren, C. & Jóhannesson, G. T. (2018). Collaborative becoming: Exploring tourism knowledge collectives. Teoksessa C. Ren, G. T. Jóhannesson & R. van der Duim (toim.), *Co-creating tourism research: Towards collaborative ways of knowing* (s. 24–38). London: Routledge.
- Saarinen, J. (2017). Enclavic tourism spaces: Territorialization and bordering in tourism destination development and planning. *Tourism Geographies* 19, 425–437. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1258433>
- Salmela, T. (2018). The (dis)organized sleeping body: Transgressing boundaries. (Acta Universitatis Lapponiensis 369.) Rovaniemi.

- Salmela, T., Valtonen, A. & Meriläinen, S. (2017). An uncanny night in a nature bubble: Designing Embodied sleeping experiences. Teoksessa D. R. Fesenmaier & Z. Xiang (toim.), *Design science in tourism: Foundations of destination management* (s. 69–93). Springer.
- Springgay, S. & Truman S. E. (2018). *Walking methodologies in a more-than-human world: WalkingLab*. London: Routledge.
- Timothy, D. & Tosun, C. (2003). Appropriate planning for tourism in destination communities: Participation, incremental growth and collaboration. Teoksessa S. Singh, D. J. Timothy & R. K. Dowling (toim.), *Tourism in destination communities* (s. 181–204). Cambridge: CABI.
- Valkonen, J. (2011). *Palvelutyön taito*. Tampere: Vastapaino.
- Veijola, S. & Falin, P. (2014). Mobile neighbouring. *Mobilities*, 11, 382–399.
<https://doi.org/10.1080/17450101.2014.936715>
- Äijälä, M. (2016). Kansallispuiston luonto paikkakokemuksen rakentajana. Diskurssianalyysi Pallas-Yllästunturia koskevista selonteoista. *Matkailututkimus*, 12(2), 4–20.



Paikallisen ruoan matkailullinen vetovoima: Kirjallisuuskatsaus

Monika Lühje, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Ritva Saari, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Abstract

The popularity of food tourism – tourism in which food is a main motive for travelling – has increased. The food tourist often chooses a destination, because of local food. Not only food tourists, but also other tourists are interested in local food. By focusing on local food, a destination can differentiate itself from other destinations, gain economic advantages, maintain cultural heritage and strengthen its identity. Moreover, food tourism can contribute to extending tourist seasons. We approach local food as a social construct negotiated between various tourism actors. In this review, the focus lies in the question of why tourists are interested in consuming local food. Answers to the question have been searched through existing literature, which shows that there are many reasons for tourists' desire to consume local food. Tourists seek for experiences, authenticity and the possibility to learn about local cultures. Through food choices tourists also construct their identities. Taste, freshness and healthiness are further reasons for consuming local food, as well as a desire to support the local economy and fulfill environmental responsibility. Social motives are also important reasons. For example, eating together with family or friends strengthens bonds between them. Local food also offers possibilities to get to know local people. The touristic attractiveness of local food is, thus, a construction of different meanings attached to the local food by tourists. This should be taken into account in destination development.

Keywords: local food, tourist, attractiveness, meaning, destination, literature review

Johdanto

Lähirookaan ja luomuun nojautuvat terveelliset ruokailutottumukset sekä paikallisuuden ja perinteiden arvostaminen ovat olleet kasvavia trendejä jo pidemmän aikaa. Kuluttajat ovat kansainvälisesti katsottuna entistä kiinnostuneempia ruoasta, sen alkuperästä ja valmistustavoista. (Boniface, 2003, s. 15–16; Parasecoli & de Abreu e Lima, 2012, s. 70; Teodoroiu, 2015, s. 256,

260–261; Tikkanen & Kasurinen, 2012, s. 636.) Tämä heijastuu myös matkailuun. Ruokamatkailu eli matkailu, jossa ruoka on syy matkalle lähtemiseen, on yhä suosituempaa (ks. Andersson & Mossberg, 2017, s. 44; Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016, s. 178, 180–181; Teodoroiu, 2015, s. 257; World Tourism Organization [UNWTO], 2017). Sitä myös tutkitaan yhä enemmän.

Ruokamatkailija valitsee matkailukohteensa monesti nimenomaan kohteen paikallisen ruoan perusteella, mutta paikallinen ruoka kiinnostaa myös muita matkailijoita kuin varsinaisia ruokamatkailijoita (ks. Björk & Kauppinen-Räisänen, 2014, s. 294; Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016; Boniface, 2003, s. 21; Forga & Valiente, 2014, s. 261; Morris & Buller, 2003; Sims, 2010; Teodoroiu, 2015, s. 256). Paikalliset ruokaerikoisuudet voivatkin lisätä matkailukohteen veto-voimaisuutta (Alderighi, Bianchi & Lorenzini, 2016; ks. myös Barros & Assaf, 2012, s. 224; Kivela & Crofts, 2006, s. 354), ja paikallisen ruoan matkailupotentiaali on huomattava. Tutkimusten mukaan paikallinen ruoka houkuttelee varakkaita matkailijoita ja siihen halutaan käyttää rahaa aiempaa enemmän. Paikallisen ruoan avulla voidaan myös pidentää matkailusesonkeja sekä lisätä matkailukohteiden omaleimaisuutta ja erottumista kilpailijoista. (Everett & Aitchison, 2008, s. 160.) Keskittymällä paikalliseen ruokaan matkailukohde voi vahvistaa identiteettiään ja olla ekologisesti, taloudellisesti, kulttuurisesti ja sosiaalisesti kestävämpi. Samalla vahvistetaan alueen kulttuuriperintöä ja vähennetään pelkoja ruoan globaalista samankaltaistumisesta. (Ks. Everett & Aitchison, 2008, s. 150, 164; Sims, 2009, s. 321–322; Teodoroiu, 2015, s. 256, 258.)

Tarkastelemme artikkelissamme paikallisen ruoan matkailullisen vetovoiman rakentumista matkailijoiden näkökulmasta. Luomme katsauksen kansainväliseen matkailututkimuskirjallisuuteen kysymällä, miksi matkailukohteiden paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita. *Paikallinen ruoka (local food)* määritellään yleensä lähialueella tuotetuksi, paikallisen ruokakulttuurin mukaiseksi ruoaksi tai muutoin paikallisen identiteetin tai alkuperän omaavaksi ruoaksi (ks. Kim & Eves, 2012, s. 1461; Kim, Eves & Scarles, 2009, s. 424; Sims, 2009, s. 324; Sims, 2010, s. 107, 109–114; Teodoroiu, 2015, 258–259; Yurtseven & Kaya, 2011, s. 266; vrt. Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016, s. 178). Suomessa käytetään rinnakkaisena terminä *lähiruokaa* (ks. Maa- ja metsätalousministeriö, 2013, s. 12). Ongelmallista määritelmässä on yhtäältä se, mikä määritellään lähialueeksi (ks. esim. Frash Jr., DiPietro & Smith, 2015, s. 413–414; Ostrom, 2013, s. 14; Sims, 2009, s. 331; Sims, 2010, s. 107), ja toisaalta se, mikä määritellään paikalliseksi ruokakulttuuriksi. Näkemykset molemmista vaihtelevat ja voivat olla kiistanalaisia. Esimerkiksi venäläisille matkailijoille kaikki suomalainen ruoka on paikallista ruokaa (Mynttinen, Logrén, Särkkä-Tirkkonen & Rautiainen, 2015, s. 455).

Haimme kirjallisuutta viidestä tietokannasta: *Hospitality&TourismComplete (Ebsco)*, *ScienceDirect (Elsevier)*, *LeisureTourism (CABI)*, *ProQuest* ja *Google Scholar*. Lisäksi käytimme apuna jo löydetyn kirjallisuuden lähdeluetteloita. Ensisijaisesti etsimme vertaisarvioitua tieteellistä kirjallisuutta, jossa keskitytään paikallisen ruoan matkailulliseen vetovoimaan empiiristen tutkimusaineistojen pohjalta. Lisäksi hyödynsimme empiirisiin tutkimusaineistoihin pohjautuvaa ruokamatkailua koskevaa vertaisarvioitua tieteellistä kirjallisuutta, jossa ei keskitytä varsinaisesti paikalliseen ruokaan mutta jossa se tulee puheeksi ainakin jossakin kohdin tutkimusta. Aiheeseen liittyvää kirjallisuutta on varsin runsaasti, eikä katsauksemme näin ollen pysty kattamaan sitä kaikkea. Katsomme katsauksemme antavan kuitenkin hyvän yleiskuvan siitä keskustelusta, jota

matkailututkimuksen piirissä käydään paikallisen ruoan vetovoimaisuudesta. Mukana on sekä uudempia että paljon siteerattuja vanhempia tutkimuksia, joiden varaan uudempi tutkimus rakentuu.

Paikallisen ruoan matkailullista vetovoimaa koskevia empiirisiä tutkimuksia on julkaistu useissa kansainvälisissä kausijulkaisuissa. Mikään yksittäinen julkaisu ei noussut katsauksessamme selkeästi ylitse muiden aihetta koskevien tutkimusten julkaisufoorumina mutta eniten tutkimuksia oli julkaistu *Tourism Management* -lehdessä. Tämä on sopusoinnussa sen kanssa, että tehdyt tutkimukset ovat suurelta osin sen tyyppisiä, että ne ovat helposti hyödynnettävissä matkailukohteiden ja -yritysten käytännön kehittämässä ja markkinoinnissa. Aihetta on tutkittu eri maissa, myös Suomessa, ja erilaisia menetelmiä hyödyntäen.

Paikallisen ruoan matkailullisen vetovoimaisuuden tutkimukset ovat yleisesti ottaen melko uusia. Esimerkiksi ensimmäinen tutkimus, jossa tiettävästi on selvitetty matkailijoiden motiiveja paikallisen ruoan kuluttamiseen, on vuodelta 2009 (Kim ym., 2009). Vanhin katsauksessamme mukana oleva tutkimus on vuodelta 2004. Siinä (Cohen & Avieli, 2004) käsitellään yhtäältä paikallisen ruoan vetovoimaa ja toisaalta esteitä paikallisen ruoan syömiselle matkailijoille ennestään tuntemattomissa matkailukohteissa. Varhaisimmasta päästä on myös Ryun ja Jangin (2006) tutkimus tekijöistä, jotka vaikuttavat matkailijoiden aikomuksiin kokeilla paikallista ruokaa matkailukohteessa. Uusin katsauksessamme mukana oleva tutkimus on puolestaan julkaistu tänä vuonna ja käsittelee ruokamatkailijoiden elämyksiä yllätyksellisyyden näkökulmasta suhteessa heidän ruokakulttuuripääomaansa (Goolaup, Solér & Nunkoo, 2018).

Kirjallisuuden analysoinnissa käytimme menetelmänä teemoittelua. Jaoimme matkailijoiden paikalliseen ruokaan liittämät merkitykset neljään toisiinsa linkittyvään teemaan: 1) autenttinen paikallinen kulttuuri, 2) oman identiteetin rakentaminen ja ihmissuhteet, 3) terveelliset, turvalliset ja vastuulliset aistinautinnot, 4) elämykset. Tutkimuskirjallisuus on yllättävänkin yksiaänistä kertoessaan, mitä paikallinen ruoka matkailijoille merkitsee. Yhdistimme edellä mainittuihin teemoihin useita kirjallisuudessa esiin tulevia merkityksiä, jotka teoreettisesti tarkasteltuina liittyvät yhteen. Teemoittelumme on näin ollen tapahtunut teoreettisen tarkastelun kautta. Avaamme ja perustelemme sitä seuraavassa tarkemmin.

Matkailijoiden paikalliseen ruokaan liittämät merkityksiä

Matkailijat liittävät paikalliseen ruokaan useita erilaisia, toisiinsa kytkeytyviä merkityksiä, joiden tärkeys vaihtelee muun muassa matkailijatyyppin tai matkailijan kansallisuuden, iän tai koulutustason mukaan (ks. esim. Andersson ym., 2016; Kim & Eves, 2016; Kim ym., 2009, s. 429; Özdemir & Seyitoğlu, 2017, s. 2). Ruokailu ei ole pelkästään biologisen tarpeen tyydyttämistä vaan paljon moniulotteisempi ja syvällisempi ilmiö (Henderson, 2004, s. 69), eikä ruokamatkailu ole vain ruokailemista vaan siihen voi sisältyä hyvin monenlaisia asioita, kuten sieniretkiä, marjanpoimintaa, ruoanvalmistuskursseja tai museokäyntejä (ks. esim. Hjalager, 2002).

Autenttista paikallista kulttuuria

Paikallinen ruoka liitetään kirjallisuudessa yleisesti paikalliseen kulttuuriin tai autenttisuuteen. Yleensä autenttisuudella tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että paikallinen ruoka on autenttista paikallista kulttuuria. Tämän vuoksi autenttisuus ja paikallinen kulttuuri muodostavat katsauksessamme yhden yhteisen teeman.

Aloitamme autenttisuudesta. Paikallinen ruoka kytkeytyy matkailijoiden autenttisuuden etsintään ja siten matkailututkimuksen autenttisuuskeskusteluun. Se mielletään aidoksi ja alkuperäiseksi muun muassa ainutlaatuisuutensa, perinteisyytensä ja ei-massatuotantomaisen valmistuksensa vuoksi (Boniface, 2003, s. 15–16; Croce & Perri, 2011, s. 6; Henderson, 2004, s. 70; Kim ym., 2009, s. 426–427; Sims, 2009, s. 329–330; Yurtseven & Kaya, 2011, s. 270). Matkailija voi kokea autenttisuuden esimerkiksi syödessään tiettyä ruokaa siinä paikassa, josta ruoka on alun perin lähtöisin, tai syödessään samalla tavalla kuin paikalliset asukkaat tai tietäessään raaka-aineiden olevan paikallisia (Kim ym., 2009, s. 426–427). Kun paikallinen ruoka on sosiaalinen konstruktio, sen autenttisuudessa on pohjimmiltaan kyse konstruktiiivisesta autenttisuudesta (ks. Hillel ym., 2013; Sims, 2009, s. 329–332; Wang, 1999).

Anderssonin ym. (2016, s. 57, 64) mukaan erityisesti ruokaa rakastavalle ja siitä hyvin kiinnostuneelle matkailijalle (*foodie*) paikallisen ruoan autenttisuus on tärkeää. Özdemir ja Seyitoğlu (2017, s. 4–5) taas esittävät autenttisen paikallisen ruoan kiinnostavan erityisesti niitä, jotka muutenkin haluavat matkoiltaan autenttisia, paikallisia kokemuksia. Keskeistä heille on paikallisesta kulttuurista oppiminen, mikä voi tapahtua syömällä autenttista paikallista ruokaa ruokapaikoissa, joissa on paikallinen henkilökunta ja paikallisia asiakkaita.

Autenttisen paikallisen ruoan kautta matkailija voi tutustua matkailukohteeseen sellaisena kuin se aidosti on, koska ruoalla on läheinen yhteys paikallisiin luonnonoloihin, kulttuuriin ja identiteettiin (Andersson, Mossberg & Therkelsen, 2017, s. 1; Boniface, 2003, s. 15–16; Hillel ym., 2013; ks. myös Sims, 2009, s. 328–329, 332–333; Sims, 2010, s. 112). Matkailijat haluavat kokemustensa kautta lisätä tietämystään ja ymmärrystään paikallisesta ruoka- ja muusta kulttuurista. Tällaisia matkailijoita kiinnostavat muun muassa paikallisen ruoan valmistamiseen perehdyttävät kurssit sekä paikallista ruokaa esittelevät museot. Ruokamatkailu on heille kulttuurimatkailua. (Kim ym., 2009, s. 426; ks. Fields, 2002, s. 38; Goolaup ym., 2018, s. 226–227; Kim & Eves, 2012; Kim & Eves, 2016; López-Guzmán, Cañero Morales, Moral Cuandra & Orgaz-Agüera, 2016, s. 64–66; Mynttinen ym., 2015, s. 455; Yurtseven & Kaya, 2011, s. 270–271.)

Usein matkailijoille tarjottu ruoka on valmistettu niin, että se maistuu laajalle globaalille asiakasjoukolle, jolloin se helposti menettää autenttisuutensa (Smith, Costello & Muenchen, 2010, s. 20). Cohenin ja Avielin (2004) mukaan joskus on kuitenkin kulttuurisen etäisyyden takia tarpeen tarjota paikallinen ruoka matkailijoille hyväksyttävämmässä muodossa. Näin tehdään usein matkailijoille suunnatuissa paikallista ruokaa tarjoavissa ravintoloissa. Monia tekijöitä voidaan muuttaa jossakin määrin niin, että ruoan autenttisuus ei kärsi matkailijoiden silmissä. Esimerkiksi kiinalaisen ja itäaasian keittiön käyttämä koiran tai käärmeen liha voidaan vaihtaa matkailijoille hyväksyttävämpään lihaan. Ruokalista voidaan esittää matkailijoiden tarpeisiin muokatussa muodossa. Jopa ruoan makua, vaikka se onkin autenttisuuden näkökulmasta tärkeä, voidaan muuttaa jonkin verran, esimerkiksi vähentämällä sen tulisuut-

ta. Lisäksi ruoan tarjoamisen tapoja voidaan muuttaa antamalla matkailijoille aterimet, vaikka paikalliset eivät niitä käyttäisikään. (Cohen & Avieli, 2004, s. 769–772.)

Useita aterian osatekijöitä voidaan siis muuttaa menettämättä ruokailutilanteen autenttisuutta. Cohenin ja Avielin (2004) mukaan ravintolan sisustuksella ja tunnelmalla on kaikkein tärkein rooli autenttisuuden kokemuksessa. Esimerkiksi matkailijoille suunnatussa kiinalaisessa ravintolassa tulee olla paljon kiinalaisuuden merkkejä, kuten lyhtyjä ja kiinalaisia maalauksia – vaikka ravintoloissa, joissa paikalliset syövät, sisustus on usein hyvin pelkistetty. (Cohen & Avieli, 2004, s. 773.)

Oman identiteetin rakentamista ja ihmissuhteita

Monissa tutkimuksissa todetaan, että matkailijat haluavat kuluttaa paikallista ruokaa arvostuksen ja statuksen tai muiden sosiaalisten syiden takia. Oman identiteetin rakentaminen paikallisen ruoan kuluttamisen avulla mainitaan harvemmin, vaikka oman identiteetin rakentaminen voidaan vauraissa nyky-yhteiskunnissa nähdä osaksi kaikkia kulutusvalintoja. Se liittyy näin myös kaikkiin tunnistamiimme merkityksiin. Koska omaa identiteettiä rakennetaan suhteessa muihin ja koska muilta saatu arvostus on yksilön identiteetille tärkeää, olemme kytkeneet näihin liittyvät paikallisen ruoan merkitykset katsauksessamme yhdeksi teemaksi.

Richardsin (2002, s. 3) mukaan *gastronomiasta* on tullut merkittävä identiteetin muodostamisen lähde. Gastronomia tarkoittaa hienon tai hyvän ruoan valitsemisen, valmistamisen ja syömisen taitoa. Se voi myös viitata ruokaan liittyvään kulttuuriin. Toisissa lähteissä paikallinen ruoka sisällytetään gastronomiaan, toisissa ei. (Ks. Andersson & Mossberg, 2017; Richards, 2002, s. 3–4; Özdemir & Seyitoğlu, 2017, s. 1.) Richardsin (2002, s. 3–4) mukaan emme ole sitä, mitä syömme, vain fyysisessä mielessä – vaan siksi, että samastumme lomamatkoillamme kohtaamiimme ruokakulttuureihin. Näin paikalliseen ruokaan tutustuminen voi toimia matkailijan minäkuvan rakentamisen ja ylläpitämisen välineenä; yleisemmällä teoreettisella tasolla tämä liittyy keskusteluun oman identiteetin rakentamisesta kulutusvalintojen kautta (ks. Andersson & Mossberg, 2017, s. 45–47, 54–55). Voidaan puhua myös eksistentiaalisen autenttisuuden kokemuksista, jotka syntyvät syödessämme paikkaan ja sen ihmisiin kytkeytyvää ruokaa sen sijaan, että söisimme teollisia ruokatuotteita (ks. Sims, 2009, s. 333).

Andersson ja Mossberg (2017) esittävät Göteborgissa tekemänsä tutkimuksen perusteella, että Ruotsissa jopa 25 prosenttia urbaanista väestöstä on ”ruokaentusiasteja”, joille ruoka on tärkeä osa omaa identiteettiä. He haluavat rakentaa itselleen gastronomisen identiteetin ja olla muun muassa hyvän ruoan tuntijoita. Myös paikallisen ruoan suosiminen, ekologisuus ja terveellisyys ovat osa heidän ruokaidentiteettiään. Gastronomisen identiteetin ylläpitäminen vaatii jatkuvaa viestimistä kanssaihmisille, ja tässä ruoka- ja ateriavalinnat toimivat symbolisina välineinä. Ruoka kiinnostaa ruokaentusiasteja myös matkoilla. (Andersson & Mossberg, 2017.) Etenkin tällaiset matkailijat todennäköisesti käyttävät syömäänsä paikallista ruokaa keinona oman identiteetin rakentamiseen ja ylläpitoon.

Yksi syy olla kiinnostunut paikallisesta ruoasta on halu saada arvostusta omalta lähipiiriltä, joka ei ole päässyt syömään samoja ruokia (Fields, 2002, s. 40–41; ks. Henderson, 2004, s. 69; Teodoroiu, 2015, s. 257, 264). Tämä motiivi voi liittyä edellä todettuun identiteetin rakentami-

seen ja ylläpitämiseen, ja se näkyy nykyään varsinkin sosiaalisessa mediassa, jossa matkoilla syötyjen ruokien esittely on hyvin yleistä (ks. Andersson & Mossberg, 2017, s. 54–56; Kim ym., 2009, s. 427). Matkailijan valitseman kohteen gastronominen luonne voidaan tulkita osoitukseksi hänen maustaan. Paikalliset ruokaerikoisuudet voivat tuoda matkailijalle statusta ja arvovaltaa ja parantaa hänen itsetuntoaan, kun hän pääsee tutustumaan paikalliseen tapaan syödä ja maistamaan jotain, mitä hän itse tai hänen lähipiirinsä ei tulisi muuten koskaan maistamaan (ks. Fields, 2002, s. 40–41; Kim & Eves, 2012; Kim ym., 2009, s. 427; Tikkanen, 2007, s. 723, 729–731). Tämän voi olettaa pätevän esimerkiksi *foodie*-tyyppisiin matkailijoihin, joita Anderssonin ja Mossbergin (2017) ruokaentusiastitkin ovat, sillä ruokakokemukset ja -tietämys ovat *foodie*-yhteisöissä arvokasta kulttuurista pääomaa (ks. Goolaup ym., 2018, s. 220). Kaiken kaikkiaan se, miten matkailijan lähipiiri suhtautuu paikallisen ruoan syömiseen matkoilla, voi vaikuttaa hänen ruokavalintoihinsa (Ryu & Jang, 2006, s. 510, 514–515).

Paikallinen ruoka tarjoaa usein myös mahdollisuuden mukavaan yhdessäoloon; se voi lujittaa siteitä perheeseen ja ystäviin tai luoda kokonaan uusia sosiaalisia suhteita (ks. Henderson, 2004, s. 69; Kim & Eves, 2012, s. 1460–1461; Kim & Eves, 2016; Kim ym., 2009, s. 427; Teodoroiu, 2015, s. 257, 264; Tikkanen, 2007, s. 728–729, 731). Kanssakäyminen paikallisten ihmisten kanssa on luontevaa esimerkiksi paikallista ruokaa myyvillä toreilla tai paikallisen ruoan ympärille rakennetuissa tapahtumissa, jotka houkuttelevat paitsi matkailijoita myös paikallisia (ks. Kim & Eves, 2012, s. 1458, 1466). Merkityksellistä vuorovaikutusta paikallisten ihmisten kanssa voi etsiä hakeutumalla yhteiseen ruokapöytään tai vaikkapa ruoanlaittokursseille (Henderson, 2004, s. 70). Samoin kuin yhteiset ateriat läheisten kanssa nämä kohtaamiset voivat osaltaan toimia matkailijan oman identiteetin rakentamisen välineinä. Paikallisen ruoan välittämät kontaktit paikallisiin ihmisiin voidaan nähdä myös autenttisuuden etsintänä – eri syyt kuluttaa paikallista ruokaa kytkeytyvät siis monin tavoin toisiinsa (ks. myös Sims, 2009, s. 332–333).

Terveellisiä, turvallisia ja vastuullisia aistinautintoja

Terveellisten, turvallisten ja vastuullisten aistinautintojen teemaan olemme yhdistäneet merkityksiä, joita paikallinen ruoka saa siksi, että se on tuotettu lähellä. Nämäkin merkitykset tulevat tutkimuskirjallisuudessa esiin melko yleisesti.

Matkailijat ovat kiinnostuneita paikallisesta ruoasta aistimellisista syistä, kuten hyvän tai erilaisen maun, tuoksun tai houkuttelevan ulkonäön takia (Kim & Eves, 2016; Kim ym., 2009, s. 427–428; Yurtseven & Kaya, 2011, s. 270–272; ks. Kim & Eves, 2012, s. 1460, 1465). Ruoan maku on yleensäkin ihmisille tärkeää: useimmiten syötäväksi valitaan ruokaa, joka arvioidaan hyvänmakuiseksi (Pollard, Steptoe & Wardle, 1998, Kimin & Evesin, 2012, s.1460, mukaan).

Läheltä tuleva paikallinen ruoka on tavallisesti tuoretta, mikä osaltaan vaikuttaa sekä sen aistein havaittavaan laatuun että terveellisyteen. Tuoreissa raaka-aineissa ravintoarvot ovat tallella, ja kun kuljetusmatkat ovat lyhyitä, raaka-aineita ei tarvitse myöskään juuri käsitellä. Lisäksi valmistuserät ovat yleensä pieniä, jolloin säilöntä- ja muita lisäaineita tarvitaan vähän. Paikallisen ruoan terveellisyys ja turvallisuus voivatkin olla syitä sen kiinnostavuuteen. Paikallinen ruoka mielletään helposti myös puhtaaksi, mikä lisää sen houkuttelevuutta ja liittyy terveellisyteen ja turvallisuuteen. Tunnetta paikallisen ruoan turvallisuudesta voi lisätä se, että mat-

kailija näkee, millaisessa ympäristössä ja olosuhteissa sen raaka-aineet on tuotettu. (Ks. Kim & Eves, 2012, s. 1460, 1465; Kim & Eves, 2016; Kim ym., 2009, s. 426; Mynttinen ym., 2015, s. 455; Sims, 2010, s. 112; Teodoroiu, 2015, s. 256–257, 260, 264; Yurtseven & Kaya, 2011, s. 270–272.) Paikallisen ruoan matkailullinen vetovoimaisuus kytkeytyy näin hyvinvointimatkailuun ja matkailun turvallisuuteen sekä matkailijan ruumista koskeviin keskusteluihin.

Cohen ja Avieli (2004) tuovat kuitenkin esiin päinvastaisen näkökulman. Heidän mukaansa eksoottisissa matkakohteissa, etenkin kolmannen maailman maissa, matkailijat eivät useinkaan koe paikallisen ruoan syömistä turvalliseksi. Huoli hygieniasta ja terveydestä sekä paikallisten ruokakulttuurien ja syömätapojen erilaisuus lisäävät turvattomuuden kokemusta. Aterimien puuttuminen sekä muun muassa tapa esitellä eläviä, ruoka-ainekseksi tarkoitettuja eläimiä (esimerkiksi kissoja ja koiria) ravintoloissa karkottaa monen matkailijan halun maistaa paikallista ruokaa. Eläinten esittelemisen tarkoituksena on näyttää asiakkaille, että ruoka on laadukasta ja tuoretta, mutta vaikutus ei ole toivotunlainen. (Cohen & Avieli, 2004, s. 759–764; ks. myös Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016, s. 189; Özdemir & Seyitoğlu, 2017.)

Yhtenä syynä paikallisen ruoan kiinnostavuuteen mainitaan myös matkailijoiden halu murtautua ulos standardisoidusta, globaalista elämäntavasta (Teodoroiu, 2015, s. 264). Taustalla voi olla aitouden kaipuu tai halu olla erilainen matkailija kuin muut mutta myös kestävyys ja vastuullisuus. Paikallinen ruoka mielletään yleensä ympäristöystävälliseksi. Ainakin sen kuljetusmatkat ovat lyhyitä, mikä pienentää hiilijalanjälkeä. (Kim & Eves, 2012, s. 1458, 1466; ks. Sims, 2010, s. 106–107, 112.) Näin paikallinen ruoka on esimerkiksi ekomatkailijan valinta. Se on ylipäätään kiinnostavaa matkailijalle, joka haluaa matkailla kestävästi, vastuullisesti tai eettisesti – kuten esimerkiksi edellä mainituille ruokaentusiasteille (ks. Andersson & Mossberg, 2017, s. 44, 48, 49) – koska paikallista ruokaa syödessään matkailija tukee paikallisten ihmisten toimeentuloa ja elämää. Myös empiirisissä tutkimuksissa tämän on todettu olevan yksi syy siihen, miksi matkailijat haluavat kuluttaa paikallista ruokaa (ks. Sims, 2010, s.112; Yurtseven & Kaya, 2011, s. 270). Paikallisen ruoan ajatellaan olevan sekä ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti että kulttuurisesti kestävä, joten se kytkeytyy keskusteluun kestävästä, vastuullisesta ja eettisestä matkailusta. Matkailijoiden näkökulmasta kyse voi olla vaihtoehtoisesta hedonismista: moraalista hyvinolontunteesta, jonka saa tekemällä hyvää toisille (ks. Sims, 2009, s. 328, 334).

Elämyksiä

Paikallisen ruoan elämyksellisyys kytkeytyy – samoin kuin oman identiteetin rakentaminen – kaikkiin muihin katsauksemme merkityksiin. Se nousee kirjallisuudessa esiin melko usein, ja osa tutkimuksista keskittyy nimenomaan siihen. Esittelemme seuraavassa joitakin tällaisia tutkimuksia.

Paikalliseen ruokaan tutustuminen voidaan nähdä myös elämysmatkailuksi. Jännittävä tai autenttinen elämys (ks. Teodoroiu, 2015, s. 257, 264), itselle uuden ruoan maistamiseen liittyvä jännittävyys (Kim ym., 2009, s. 425–426; ks. Kim & Eves, 2012, s. 1459, Kim & Eves, 2016) ja koikeilunhalu (Mynttinen ym., 2015, s. 455), erilaisuus (Sims, 2010, s. 112) sekä pakeneminen arjen rutiineista (Kim ym., 2009, s. 426; ks. Kim & Eves, 2012; Kim & Eves, 2016) ovat syitä paikallisen ruoan kiinnostavuuteen. Matkoilla halutaan kokea ainutlaatuisia ja unohtumattomia elämyk-

siä, ja yksi keino tähän on kokeilla uusia, jännittäviä, erityislaatuisia ruokia (Boniface, 2003, s. 15–16; ks. Fields, 2002, s. 41–44).

Tutkimukset ovatkin osoittaneet paikallisen ruoan olevan matkailijoille erityisen elämyksellistä. Uutuus, omaperäisyys ja autenttisuus kytkeytyvät paikallisuuteen. Ruoalla on läheinen yhteys paikan kulttuuriin, historiaan, sosioekonomisiin oloihin ja luonnonolosuhteisiin. Myös esteettiset arvot sekä mahdollisuus istua ja syödä kaikessa rauhassa ilman kiirettä, paikan tunnelmasta nauttien, ovat tärkeitä ja liittyvät *slow food* -ilmiöön. Lisäksi paikallinen ruoka vetoaa kaikkiin aisteihin, ei vain makuaistiin. (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2014, s. 297–298, 304–305.) Kuten matkailuelämysten yleensä myös paikalliseen ruokaan liittyvien elämysten luonne vaihtelee kuitenkin matkailukohteesta ja matkailijasta riippuen (ks. esim. Goolaup ym., 2018).

Björk ja Kauppinen-Räisänen (2017) tutkivat suomalaisten matkailijoiden asenteita paikalliseen ruokaan sekä niiden yhteyttä elämysten muodostumiseen. He toteavat matkailijoiden ruokaan liittyvien elämysten olevan hyvin yksilöllisiä. Se, muodostuuko aterialta matkailijalle elämys, riippuu muun muassa henkilökohtaisista makumieltymyksistä sekä yleisestä asennoitumisesta ruokaan ja aterioimiseen matkalla. Jos paikallisen ruoan nauttiminen on matkailijalle erityinen tapahtuma, elämyksen kokeminen on todennäköisempää kuin jos ruokailu on enemmänkin vain keino täydentää energiavarastoja. Todennäköisyyteen kokea ja muistaa ruokaelämys vaikuttaa myös esimerkiksi ruokailutilanteen emotionaalisuus. Matkailija muistaa ruokaelämyksen sitä paremmin, mitä enemmän tunteita tilanne – ateria ja siihen liittyvät elementit – kokonaisuudessaan hänessä herättää. Ruokaelämyksen kokeminen ei suoraan riipu paikasta. Matkailija voi kokea elämyksen vaikkapa hotellissa, paikallisella torilla, rantaravintolassa tai ruokatapahtumassa. (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2017, s. 11.)

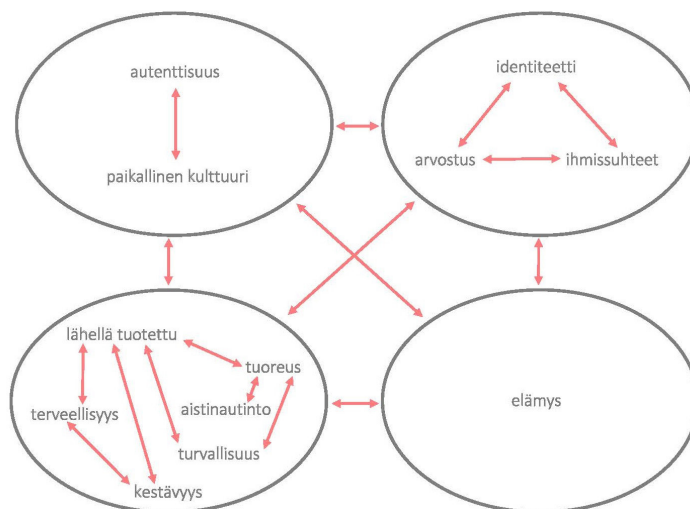
Sthapit (2017) haastatteli Rovaniemellä vierailevia matkailijoita heidän ruokaan liittyvistä kokemuksistaan ja muistoistaan. Vaikka Rovaniemeä markkinoidaan vahvimmin joulupukin kotikaupunkina, myös paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita. Rovaniemellä koetut paikalliseen ruokaan liittyvät gastronomiset elämykset säilyivät kauan matkailijoiden muistissa ja tuottivat paljon iloa. Ruoan makua pidettiin keskeisenä elementtinä; myös mielihyvä ja ylellisyyden kokemus sekä tavallisesta rutiinista poikkeaminen olivat tärkeitä. (Sthapit, 2017, s. 1.)

Goolaup ja Mossberg (2017) tutkivat syrjäisellä osteritilalla vierailevien ruokamatkailijoiden kokemuksia. Ruokaelämyksen syntyyn vaikuttivat ruoan lisäksi monet tekijät, kuten koettu salaperäisyyden tunne, päivittäisestä rutiinista poikkeaminen, kanssakäyminen henkilökunnan kanssa sekä erilaiset aterioita ympäröivät tekijät. Kokemukseen vaikuttaa se, mitä tarjoillaan, kuinka ja missä sitä tarjoillaan sekä kenen kanssa ateria jaetaan. Goolaup ja Mossberg löysivät kuusi ruokamatkailijoiden elämyksen syntymiseen vaikuttavaa asiaa: epätavallisuus, yhteisyys, oivaltavuus, vieraanvaraisuus, ylellisyys sekä paikan syrjäisyyteen liitetty aitouden kokemus. Paikan syrjäisyyden ja aitouden merkitys korostui. Myös oppimisen elementti oli tärkeä, ja sen välittämisessä osteritilan pitäjällä oli keskeinen rooli. (Goolaup & Mossberg, 2017, s. 38–40.)

Johtopäätökset

Ruokamatkailua ja paikallisen ruoan matkailullista vetovoimaisuutta koskeva tutkimus on yllättävänkin nuorta, mutta sitä on enenevässä määrin. Suuntauksen voi olettaa jatkuvan, koska sekä ruoka yleensä että paikallinen ruoka erityisesti tarjoavat matkailuyritysten ja -kohteiden kehittämiseen paljon mahdollisuuksia. Paikallinen ruoka kiinnostaa monenlaisia matkailijoita erilaisista syistä ja voi oikein hyödynnettynä lisätä matkailun kestävyttä. Paikallisen ruoan matkailullinen hyödyntäminen on siis suotavaa, ja tutkittu tieto voi olla tässä avuksi.

Yhteenvetona paikallisen ruoan matkailullisen vetovoiman rakentumisesta matkailijoiden näkökulmasta esitämme kuvan 1. Tekemämme kirjallisuuskatsauksen perusteella totesimme matkailijoiden olevan kiinnostuneita paikallisesta ruoasta seuraavista syistä: se 1) mahdollistaa tutustumisen autenttiseen paikalliseen kulttuuriin, 2) edesauttaa sosiaalista kanssakäymistä, on väline arvostuksen saamiselle toisilta ja antaa aineksia oman identiteetin rakentamiseen ja ylläpitämiseen, 3) on terveellinen, turvallinen ja kestävä aistinautinto sekä 4) on elämys. Kuvan nuolet kuvaavat sitä, kuinka paikallisen ruoan yksittäiset merkitykset voivat kytkeytyä toinen toisiinsa. Kyse on siis merkitysten välisistä mahdollisista kytköksistä. Esimerkiksi autenttisuus ja elämyksellisyys tai kestävyys ja oman identiteetin rakentaminen voivat liittyä toisiinsa. Kuvaa voi käyttää analyttisenä apuvälineenä, testattavana mallina tulevaisuissa ruokamatkailututkimuksissa tai käytännöllisenä työkaluna matkailukohteita, -yrityksiä ja -tuotteita kehitettäessä ja markkinoitaessa.



Kuva 1. Paikallisen ruoan merkitykset ja niiden väliset suhteet matkailijoiden näkökulmasta.

Kimin ym. (2009, s. 429) mukaan matkailijat kuluttavat matkailukohteissa paikallista ruokaa pitkälti samoista syistä kuin he ylipäätään lähtevät matkoille. Tällaisia syitä ovat halu saada jännittäviä elämyksiä, päästä pakoon arjen rutiineita, oppia ja saada uutta tietoa, kokea autenttisuutta, olla yhdessä toisten ihmisten kanssa ja saada heiltä arvostusta sekä terveyden edistäminen. Vastaavasti monet näistä syistä selittävät ruokavalintojamme yleensäkin. (Ks. Kim

ym., 2009, s. 429.) Näyttäisi siis siltä, että haemme ruoasta ja matkailusta samoja asioita, mikä korostaa entisestään ruoan tärkeyttä niin osana matkaa kuin kotioloissa.

Toisaalta voidaan kysyä, ovatko tutkimukset tuoneet esiin kaikki paikallisen ruoan merkitykset matkailijoille vai eivätkö tutkijat osaa nähdä tutkimusaineistoissaan mitään muuta kuin sen, mikä on jo aiemmissa tutkimuksissa todettu. Monissa tutkimuksissa aineisto on kerätty kyselylomakkeilla, jotka on laadittu aiempien tutkimusten pohjalta. Aiempia tutkimuksia käytetään apuna myös laadullisia tutkimusaineistoja tulkittaessa, ja ainakin joistakin tutkimuksista tulee vaikutelma, että niissä on liian helposti päädytty samaan tulkintaan kuin aiemmissa tutkimuksissa. Suurin osa laadullisista tutkimuksista on pohjautunut haastatteluaineistoihin. Uusia näkökulmia voisi löytyä esimerkiksi käyttämällä tutkimusaineistoina ruokamatkailijoiden sosiaaliseen mediaan tuottamia sisältöjä tai havainnoimalla matkailijoita.

Lopuksi voidaan todeta, että perusymmärrys paikallisen ruoan matkailullisen vetovoiman rakentumisesta on nyt olemassa. Tutkimuksissa on toistaiseksi pyritty yleensä kattamaan kaikki mahdolliset merkitykset (motiivit, tunteet, kokemukset, arvot tms.), joita paikalliseen ruokaan matkailijoiden näkökulmasta sisältyy, jolloin mihinkään yksittäiseen merkitykseen ei ole voitu paneutua analyttisesti tai teoreettisesti kovin syvällisesti. Nyt on aika ottaa seuraava askel ja ryhtyä avaamaan tarkemmin yksittäisiä merkityksiä – hyödyntäen niihin liittyvää teoreettista keskustelua. Paikallisen ruoan elämyksellisyyttä on jo jossain määrin näin tutkittakin. Sitä vastoin tutkimuksia, joissa keskityttäisiin esimerkiksi siihen, miten matkailijat kokevat paikallisen ruoan autenttisuuden tai kestävyyyden tai miten he hyödyntävät paikallista ruokaa oman identiteettinsä rakentamiseen, ei ole joko lainkaan tai ei juuri lainkaan. Paikallisen ruoan matkailullisessa vetovoimassa on siis edelleen paljon tutkittavaa.

* * *

Artikkeli on kirjoitettu osana *Lappilaisia makuelämyksiä matkailijalle – lappilaisen lähiruoan tiedonvälityshanketta*, jota rahoitti Euroopan maaseuturahasto.

Lähteet

- Alderighi, M., Bianchi, C. & Lorenzini, E. (2016). The impact of local food specialities on the decision to (re)visit a tourist destination: Market-expanding or business-stealing? *Tourism Management*, 57, 323–333. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.016>
- Andersson, T. D., Getz, D., Vujicic, S., Robinson, R. N. S. & Cavicchi, A. (2016). Preferred travel experiences of foodies: An application of photo elicitation. *Journal of Vacation Marketing*, 22, 55–67. <https://doi.org/10.1177/1356766715589621>
- Andersson, T. D. & Mossberg, L. (2017). Travel for the sake of food. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17, 44–58. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1261473>
- Andersson, T., Mossberg, L. & Theriksen, A. (2017). Food and tourism synergies: Perspectives on consumption, production and destination development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17, 1–8. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1275290>

- Barros, C.P. & Assaf, A. G. (2012). Analyzing tourism return intention to an urban destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 36, 216–231. <https://doi.org/10.1177/1096348010388658>
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1980). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. New York: Irvington Publishers.
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44, 294–309. <https://doi.org/10.1108/NFS-12-2013-0142>
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: A source for destination attraction? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 177–194. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0214>
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2017). Interested in eating and drinking? How food affects travel satisfaction and the overall holiday experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17, 9–26. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1215871>
- Boniface, B. (2003). *Tasting tourism: Travelling for food and drink*. Hampshire: Ashgate.
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31, 755–778. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>
- Croce E. & Perri G. (2011). *Food and wine tourism – integrating food, travel and territory*. Oxfordshire: CABI.
- Everett, S. & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16, 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.o>
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. Teoksessa A. Hjalager & G. Richards (toim.), *Tourism and gastronomy* (s. 37–50). London: Routledge.
- Forga, J. & Valiente, G.C. (2014). The importance of satisfaction in relation to gastronomic tourism development. *Tourism Analysis*, 19, 261–272. <https://doi.org/10.3727/108354214X14029467968321>
- Frash Jr., R.E., DiPietro, R. & Smith, W. (2015). Pay more for McLocal? Examining motivators for willingness to pay for local food in a chain restaurant setting. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24, 411–434. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.911715>
- Goolaup, S. & Mossberg, L. (2017) Exploring the concept of extraordinary related to food tourists' nature-based experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17, 27–43. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1218150>
- Goolaup, S., Solér, C. & Nunkoo, R. (2018). Developing a theory of surprise from travelers' extraordinary food experiences. *Journal of Travel Research*, 57, 218–231. <https://doi.org/10.1177/0047287517691154>
- Henderson, J. C. (2004). Food as a tourism resource: A view from Singapore. *Tourism Recreation Research*, 29(3), 69–74. <https://doi.org/10.1080/02508281.2004.11081459>
- Hillel, D., Belhassen, Y. & Shani, A. (2013). What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. *Tourism Management*, 36, 200–209. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.006>

- Hjalager, A.-M. (2002). A typology of gastronomy tourism. Teoksessa A.-M. Hjalager & G. Richards (toim.), *Tourism and gastronomy* (s. 21–35). London: Routledge.
- Kim, Y. G. & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33, 1458–1467.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.015>
- Kim, Y.G. & Eves, A. (2016). Measurement equivalence of an instrument measuring motivation to consume local food: A cross-cultural examination across British and Korean. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40, 634–652. <https://doi.org/10.1177/1096348013515922>
- Kim, Y. G., & Eves, A. & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423–431. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.11.005>
- Kivela, J. & Crotts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy’s influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30, 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- López-Guzmán, T., Cañero Morales, P., Moral Cuandra, S. & Orgaz-Agüera, F. (2016). An exploratory study of olive tourism consumers. *Tourism and Hospitality Management*, 22, 57–68. <https://doi.org/10.20867/thm.22.1.1>
- Maa- ja metsätalousministeriö (2013). Lähiruokaa – totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020 Helsinki. Haettu 23.4.2018 osoitteesta <http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc265c1467>
- Morris, C. & Buller, H. (2003). The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire. *British Food Journal*, 105, 559–566. <https://doi.org/10.1108/00070700310497318>
- Mynttinen, S., Logrén, J., Särkkä-Tirkkonen, M. & Rautiainen, T. (2015). Perceptions of food and its locality among Russian tourists in the South Savo region of Finland. *Tourism Management*, 48, 455–466. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.010>
- Ostrom, M. (2013). Everyday meaning of ‘local food’: Views from home and field. Teoksessa G. P. Green & R. G. Phillips (toim.), *Local food and community development* (s. 8–21). Oxford: Routledge.
- Parasecoli, F. & de Abreu e Lima, P. (2012). Eat your way through culture: Gastronomic tourism as performance and bodily experience. Teoksessa S. Fullagar, K. Markwell & E. Wilson (toim.), *Slow tourism: Experiences and mobilities* (s. 69–83). Bristol: Chanel View.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? Teoksessa A. Hjalager & G. Richards (toim.), *Tourism and gastronomy* (s. 3–20). London: Routledge.
- Ryu, K. & Jang, S. (2006). Intention to experience local food in a travel destination: The modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30, 507–516. <https://doi.org/10.1177/1096348006287163>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17, 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>

- Sims, R. (2010). Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption. *Journal of Rural Studies*, 26, 105–115.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.09.003>
- Smith, S., Costello, C. & Muenchen, R. (2010). Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11, 17–35. <https://doi.org/10.1080/15280080903520584>
- Sthapit, E. (2017). Memories of gastronomic experiences, savoured positive emotions and savouring processes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*.
<https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1402702>
- Teodoroiu, F. (2015). Traditional food. Case study: Romanian local food. *Review of International Comparative Management*, 16(2), 256–268.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: Five cases. *British Food Journal*, 109, 721–734. <https://doi.org/10.1108/00070700710780698>
- Tikkanen, I. & Kasurinen, A. (2012). Development process of organic and local food breakfasts. *British Food Journal*, 114, 636–646. <https://doi.org/10.1108/00070701211229936>
- UNWTO (2017). Second global report on gastronomy tourism. (Affiliate members report: Volume 16.) World Tourism Organization: Madrid.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, 349–370. doi:10.1016/S0160-7383(98)00103-0
- Yurtseven, H.R. & Kaya, O. (2011). Local food in local menus: The case of Gokceada. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6, 263–275.
- Özdemir, B. & Seyitoğlu, F. (2017). A conceptual study of gastronomical quests of tourists: Authenticity or safety and comfort? *Tourism Management Perspectives*, 23, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.010>

Botswana tourism operators' and policy makers' perceptions and responses to climate change

Wame L. Hambira

Graduated from: University of Oulu, Geography Unit, Finland

Current position: University of Botswana, Okavango Research Institute

In recent years, national newspapers have flagged headlines on tourism depicting the importance of the industry to the country. Some of the headlines, which put Botswana in the spotlight, include the following:

- 'Botswana's tourism & hospitality ranks top in 2016' in *Weekendpost*, 24 January, 2017.
- 'Tourist arrivals surpass 2 million in 2016' in *Botswana Guardian*, 05 December 2016.
- 'Climate change a threat to tourism' in *Botswana Guardian*, 18 October, 2013.
- 'Botswana sets sights on rising tourism prospects' in *The Voice*, 25 November, 2016.
- 'Botswana top 5th country to visit in 2017' in *New York Times*, 04 January, 2017.

Indeed, Botswana is well endowed with natural capital, including historical and cultural attractions that provide the impetus for nature-based tourism. These outstanding assets are wildlife and wilderness attractions. The 2013 *Travel and Tourism Competitiveness* report provides Travel & Tourism (T&T) indicators that offer a measure of T&T activities in Botswana. The following indicators are highlighted: international tourist arrivals reached 2,145,100 in 2010; in the same year, international tourism receipts earned from expenditures made by visitors from abroad on lodging, food and drinks, fuel, transport in the country, entertainment, and shopping amounted to USD 218, 000, 000. The industry contributed 3.3% directly to total Gross Domestic Product (GDP) as of 2014, and it is envisaged that this will grow by 5.2% annually by 2025. This, according to the World Travel & Tourism Council (2015), is attributed to economic activity by industries such as hotels and travel agents, and passenger transportation services such as airlines but excluding commuter services. In 2007, the industry contributed 4,200 jobs to total employment (Department of Tourism (DoT), 2010) and 8,000 in 2012 (World Economic Forum, 2013).

The Okavango Delta and the Chobe National Park situated in the northern part of the country are the most popular attractions in terms of visitor numbers and economic revenue especially for leisure tourism. Some areas like the Kgalagadi District have attractions, which though

still underdeveloped, have great potential especially those in Tshabong area. An abundance of wildlife and desert tourism landscapes is found in the area.

Without any doubt, we are all living witnesses of a time when Botswana's tourism industry is experiencing a boom. Nonetheless, we are at the same time witnessing an era in which climate change has become a topical issue. It is indeed a period when the effects of this global phenomenon have been unprecedented on various economic sectors including tourism. While it is acknowledged that the vulnerability of nature-based tourism to climate change could be far reaching, any threats to the natural capital that sustains the industry must be curbed without delay. It should be emphasised that climate change cannot be ignored because of its influences on the economic viability of tourist destinations and activities and tourist behavior, and its ramifications for the entire tourism system. Sub-Saharan Africa is already experiencing ecosystem changes in terms of type, physiological makeup and species distribution. For example, studies have revealed that tropical coastal forests are likely to expand by 150% by 2050, negatively affecting marshes, grasslands and mangrove swamps, which would be at the demise of water animals, such as hippos and crocodiles, and grassland ungulates, such as the zebra, the reed buck and the waterbuck. Further studies indicate that the grassland biome is the most threatened biome in South Africa owing to possible encroachment by woody vegetation as a result of increased temperatures and carbon dioxide emissions. With regard to savannah ecosystems, research has shown that warmer climates would lead to a decrease in river flow due to less rainfall; increased evaporation and less run off into catchments affecting well known tourist destinations such as the Etosha Pan of Namibia and the Okavango Delta in Botswana. The 2050 scenarios depict that while rainfall is likely to decrease by 15%, evaporation is likely to increase by 25% while runoff is likely to decrease by 40% in this eco-zone. Going by these predictions, southern Africa alone stands to lose specific nature-based tourism attractions such as Okavango ecosystems as a result of increased global warming and increased aridity.

Even with the observed and anticipated effects and impacts, some schools of thought have contended with the association of tourism and climate change. One major reason advanced is that the discussions are not conducive to the interests of tourism sustainability (Weaver, 2011). However, from Botswana's development context, there is no basis to associate with this school of thought, bearing in mind the significant contribution that the nature-based tourism has had on the country's economy. Within the last few years, Botswana has assumed the status of an upper middle-income country due to its rapid economic growth. Even though this success story is mainly attributed to minerals, most especially diamonds, a significant portion of the gains accrues from tourism industry, which is the country's second revenue earner. However, the sector is currently among the economic sectors least prepared for the risks and opportunities posed by climate change; it is only now developing the capacity to advance knowledge necessary to inform business, communities and government about the issues and potential ways forward. This could be one of the reasons why we have some dissenting voices on the importance of tourism-climate change nexus. I believe the PhD research which I undertook and other recent studies on the subject will enable us to appreciate the enormity of the problem. Nature-based tourism industry is climate-dependent because it is significantly influenced by climate related events.

Specifically, the doctoral research determined the perceived possible impacts of climate change on tourism operations in two ecologically distinct areas of Botswana with a view to identifying the resultant policy implications. There is a growing interest and awareness of the importance of climate change in tourism and related policy needs. This is well recognised both by the industry and by policymakers. Decision makers need to know and understand the problems and the response options available to them. Proactive investment in response measures by affected stakeholders such as tourism operators and policy makers depend on how they perceive the 'problem'. In a bid to thoroughly investigate the problem, the research answered the following fundamental questions:

1. To what extent can the tourism sector be regarded as vulnerable to estimated changes in climate?
2. How do tourism operators and policy makers perceive the tourism–climate change nexus?
3. How have the perceptions of policy makers and tourism operators influenced their preparedness and responses to climate change?
4. What are the implications of their reaction to climate change on policy needs and constraints?

The research was conducted in two study areas, namely Maun and Tshabong communities that have distinct environmental features and tourism products. The difference in the physical state of the two areas could to a large extent be attributed to the prevailing climatic conditions of the sites. For instance, Maun is located in the wetlands of Ngamiland District in northern Botswana while Tshabong is situated in the Kalahari Desert (Kgalagadi South District) in south-western Botswana. The local conditions of these contrasting ecosystems have a bearing on the extent of their vulnerability. That is, spatial climatic heterogeneity determines the impact of climate change since climatic variables like temperature and precipitation have unique, spatial and temporal signatures. Climate change adaptation policy formulation should take cognisance of this reality. Thus, the response measures adopted will differ from one area to the other.

The Driver-Pressure-State-Impact-Response (DPSIR) theoretical framework was used in the study. The DPSIR is an extension of the Pressure State Response (PSR) model that takes the stance that anthropogenic activities, which affect the environment, in turn cause humans to control the pressures thereof. The main cause of climate change is the greenhouse gas (GHG) emissions emanating from anthropogenic activities which end up adversely altering the natural environment and capital pivotal to nature-based tourism. The affected stakeholders are then obligated to devise means to alleviate the pressures resulting from the adverse impacts. The DPSIR framework thus facilitates the identification of vulnerability indicators for effective adaptation policies. This is achieved by addressing pertinent questions related to the cause, nature and solution to the problem. The problem being addressed by the PhD study was therefore that of the seemingly troubled future of nature-based tourism and its sustainability in Botswana as a result of, among others, climate change. The study provided insights of the source and nature of the problem with regard to the tourism–climate nexus in the context of Botswana. The climate

change policy measures of adaptation and mitigation formed the basis for possible solutions. The approach entailed in-depth interviews of purposefully selected interviewees to solicit relevant research information. The resultant data was analysed qualitatively using a simplified codes-to-assertions theory model for qualitative inquiry adopted from Saldaña (2016).

The doctoral thesis revealed that there were four main factors that influenced the perceptions and responses to climate change by Botswana tourism operators and policy makers. These factors included:

1. Type of tourism activities offered and their geographic location.
2. Information available on the subject matter.
3. The futuristic nature of the consequences of climate change.
4. Adaptive capacity.

The perceptions of tourism operators in the two study areas of Maun in the wetlands of the Okavango Delta and Tshabong in the drylands of the Kalahari with regard to the impacts of climate change differed. This was not surprising given the geographical differences between the two areas and the prevailing tourism activities in these areas. However, the operators in both areas were not proactive in institutionalising adaptations measures to curb the possible impacts of climate change. Lack of adaptive capacity and the belief that the consequences affecting their operations would only occur in the future may have influenced this stance. The effects of global environment change, including climate change, take time to manifest and may not be evidently obvious to relevant stakeholders. This may explain the somewhat 'carefree' attitude to climate change by both tourism operators and policy makers. It should, however, be noted that anthropogenic climate change is already here and therefore should not be perceived as a future phenomenon. The policy makers also perceived limited information and uncertainty as constraints to appropriate responses to climate change. Indeed, studies have revealed that IPCC's computer climate models have not demonstrated a high level of accuracy so far. Hence, among others, evidence based warming should be predicated on observations as well. The sector is vulnerable by virtue of its main natural capital base. Overall, changes in climatic variables, changes in the physical environment and ecosystems, threats to livelihoods and socioeconomic issues, and weaknesses in governance structures depict the level of vulnerability of the tourism industry in Botswana.

Tourism is not only making newspaper headlines, but it is also topical in the boardrooms of policy makers as a corner stone for economic diversification. The dissertation defence came at an opportune time when the United Nations had declared 2017 as the International Year of Sustainable Tourism for Development. The aim was to promote a change in policies, business practices and consumer behaviour towards a more sustainable tourism sector that can contribute to Sustainable Development Goals.

In the end, this doctoral study made a clarion call to decision-makers and the tourism industry to urgently take action against climate change. The monitoring of climatic suitability for nature-based tourism cannot be overemphasised given the increasing temperatures and erratic precipitation trends. There is therefore a need for increased well packaged information on the subject in order to raise awareness among the affected stakeholders. Hopefully this will over-

time trigger proactive responses. Just imagine a scenario, as a tourist, in which you are no longer able to enjoy game drives, traditional canoe rides, boat cruises, safari walks, bird watching, elephant back safari, horse riding, photographic safari and many other nature-based tourism activities. From the standpoint of the people of Botswana (of which I am a part), that would mean insufficient funds to build roads, hospitals, schools and provision of the basic needs of life.

The dissertation is available at: <https://wiki oulu.fi/pages/viewpage.action?pageId=28086119>

References

- Department of Tourism (DoT) (2010). *Botswana tourism statistics: 2006-2009*. Gaborone, Botswana: DoT.
- Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers*. Los Angeles, USA: Sage.
- Weaver, D. (2011). Can sustainable tourism survive climate change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19, 5–15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.536242>
- World Economic Forum (2013). *The travel and tourism competitive report: Reducing barriers to economic growth and job creation*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- World Travel and Tourism Council (WTTC) (2015). *Travel and tourism economic impact 2015: Botswana*. London, UK: WTTC. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/botswana2015.pdf>

Vedenkulutusaineiston hyödyntäminen matkailijamäärien arvioinnissa

Pasi Satokangas, Lapin ammattikorkeakoulu, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)
Markku Vieru, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Käsitystä matkailun merkityksestä, vaikutuksista ja kehityksestä on vaikea muodostaa, jos matkailijoiden kokonaismääristä ja niiden vaihteluista ei saada luotettavaa informaatiota. Tilastokeskus raportoi vain majoituksen rekisteröidyissä majoitusliikkeissä (Tilastokeskus, 2018), mutta monilla paikkakunnilla on runsaasti majoituskapasiteettia, joka jää tilastoimatta. Niillä alueilla, joilla majoituskapasiteetti perustuu suurelta osin mökkeihin, ero todellisuuden ja virallisen tilaston välillä saattaa olla huomattava. Tilastointiongelmat koskevat myös päiväkävijöitä ja omilla vapaa-ajan asunnoillaan yöpyviä. Tällaisissa tilanteissa matkailijoiden kokonaismäärän selvittämiseksi tarvitaan täydentäviä menetelmiä, jotta pystyttäisiin luotettavammin arvioimaan majoituksen kokonaiskapasiteetti ja sen käyttöaste. Esimerkiksi matkailukeskukset ovat kaivanneet näitä tietoja.

Virallisia matkailijatilastoja voidaan täydentää menetelmillä, jotka perustuvat esimerkiksi asukkaiden aiheuttamaan resurssien kulutukseen (kuten sähköenergia tai käyttövesi). Kunnille on vesihuoltolaissa (9.2.2001/119) säädetty velvollisuus huolehtia alueellaan vesihuoltopalveluiden saatavuudesta. Vesihuolto voidaan toteuttaa kunnan omana työnä, kuntien yhteistoimintana tai yhtiöitettynä (Herrala, Huotari & Haapasalo, 2012; Kuntaliitto, 2007). Vesilaitokset matkailukeskuksissa, kuten muillakin alueilla, seuraavat tarkkaan toimittamansa veden määrää. Vesilaitoksen tietojärjestelmistä ja tietosuojasta riippuu, kuinka hyvin voidaan rajata vedenkulutus kiinnostuksen kohteena olevalle tarkastelualueelle. Kun veden kokonaiskulutus aikayksikössä jaetaan vakinaisten asukkaiden määrällä, saadaan keskimääräinen vedenkulutus asukasta kohti. Vedenkäytössä on kuitenkin yksilökohtaisia eroja, ja mikäli vedenkäyttäjistä ei ole juurikaan tietoja (esim. ikä, sukupuoli tai tavat), voi keskimääräisestä kulutusluvusta redusoitu asukasmäärä olla yli tai alle todellisen asukasmäärän. Vedenkulutuksen vaihtelua seuraamalla saadaan siis karkeahko arvio kohdealueella oleskelevien määrästä.

Paikallisten asukkaiden aiheuttama vedenkulutus voidaan erottaa matkailijoiden aiheuttamasta kulutuksesta, kun oletetaan, että asukkaiden määrässä ei tapahdu lyhyellä aikavälillä muutoksia ja että matkailullisesti hiljaisina aikoina kulutus muodostuu heidän kulutuksestaan. Kaupungeissa tai muissa isoissa taajamissa paikallisia asukkaita on sesonkiaikanakin yleensä

matkailijoita enemmän, kun taas matkailukeskuksissa oleskelevat ovat sesonkiaikana suureksi osaksi matkailijoita. Näin on esimerkiksi Lapin monissa matkailukeskuksissa, joten voidaan olettaa, että siellä vedenkulutuksessa on huomattavaa kausivaihtelua ja että vaihtelu johtuu juuri matkailijoiden määrän muutoksista.

Pohjois-Suomen hiihtokeskuksissa vedenkulutustarkasteluja on tehty jo useina vuosina, jolloin on seurattu lähinnä vedenkulutuksen kehittymisestä ajan myötä. Lapin ammattikorkeakoulun hallinnoimassa *Tilastoista tietopohjaa Lapin matkailun kehittämiseksi* (Tilma) -hankkeessa sovellettiin vedenkulutustietoja eräissä matkailukohteissa oleskelevien lukumäärän arvioimiseen. Pyrkimyksenä oli selvittää erityisesti niin sanotussa rekisteröimättömässä majoituksessa yöpyvien määrää kohdealueilla. Vedenkulutustietoja hankittiin Levin ja Pyhä-Luoston matkailukeskuksista sekä vertailun vuoksi Kittilän kirkonkylältä ja Rovaniemeltä. Selvitystyöhön osallistui tämän puheenvuoron kirjoittajat.

Mikäli vedenkulutustiedon perusteella pyritään arvioimaan henkilömääriä, on tehtävä tarvittavia muuntolaskelmia. Tilma-hankkeessa laskennan perustana käytettiin vesilaitosten toimittamia vedenkulutustietoja, jotka oli esitetty joko kuukausien tai viikkojen tarkkuudella. Toimen tarvittava perustieto oli vedenkulutus henkilöä kohden vuorokaudessa, mikä on Suomessa keskimäärin noin 150 litraa (Motiva, 2018). Vesilaitosten kuutioissa ilmoittamat kulutustiedot muunnettiin aluksi litroiksi, jotta mittayksikkö oli sama kuin yhden henkilön vuorokausikulutusta koskevassa tiedossa. Kuukautta tai viikkoa koskevasta vedenkulutustiedosta laskettiin tämän jälkeen keskimääräinen kulutus vuorokautta kohden tarkastelujaksolla. Lopuksi laskettiin keskimääräinen henkilömäärä alueella vuorokaudessa käyttäen apuna yhden henkilön vuorokausikulutusta koskevaa tietoa.

Rovaniemen ja Kittilän alueella vakituisesti oleskelevä väestö edustaa paikallisasutusta. Kun menetelmää testattiin laskemalla kyseisten alueiden väestömäärä vedenkulutuksen perusteella, tilastoitu ja vedenkulutuksen perusteella laskettu henkilömäärä poikkesivat toisistaan enimmillään noin 10 %. Vedenkulutustieto näyttää siis kertovan suhteellisen hyvin kohdealueilla oleskelevien henkilöiden lukumääristä. Rovaniemellä ja Kittilän kirkonkylässä vedenkulutus vaihteli melko vähän eri kuukausina. Vedenkulutuksen ero kulutuksen ääripäitä edustavien kuukausien välillä oli hieman yli 10 %. Matkailukeskuksissa lasketut erot olivat puolestaan 2–3-kertaiset. (Satokangas & Vieru, 2017, s. 51–54.)

Mitä johtopäätöksiä aineistosta voitiin tehdä selvityksen tavoitteiden näkökulmasta? Vedenkulutuksen perusteella laskettu henkilömäärä sesongin huippukuukausina ylitti molemmissa matkailukeskuksissa selvästi rekisteröityyn majoituskapasiteettiin perustuvan henkilömäärän. Sirkan ja Pyhä-Luoston alueiden asukasmäärät ovat varsin pieniä, joten ne eivät selitä kuin osin alueiden vedenkulutusta. (Repo, 2015, s. 6; Satokangas & Vieru, 2017, s. 53–54). Koska muita selittäviä tekijöitä ei löydetty, johtopäätöksenä oli, että kulutuksen vaihtelu johtuu nimenomaan matkailijoiden määrän vaihtelusta. Vedenkulutuksen voimakkaan kausivaihtelun takana voidaankin luontevasti nähdä olevan matkailijoiden vedenkulutustarpeet.

Koska vedenkulutusaineistosta ei voida erotella eri ryhmiin kuuluvien henkilöiden vaikutusta, aineisto soveltuu parhaiten aikasarjatarjastelujen tekemiseen. Tällöin on luonnollisesti otettava huomioon mahdolliset muut kuin matkailijamäärään liittyvät selittävät tekijät. Täl-

lainen tekijä voi olla esimerkiksi vesikalusteiden tehokkuuden parantuminen. Tilma-hankkeen selvityksen perusteella voidaan todeta, että vedenkulutustieto antaa yhden tietolähteen muiden lisäksi, mutta se ei toimi itsenäisesti eri matkailijaryhmien, kuten rekisteröimättömässä maksullisessa majoituksessa yöpyvien, määrän arvioimisen välineenä.

Tehdyn selvityksen mukaan kohteena olleissa matkailukeskuksissa oleskeleva keskimääräinen henkilömäärä täyttäisi korkeasesongin aikana noin puolet alueen kokonaiskapasiteetista, kun kapasiteettiin lasketaan myös omaan käyttöön tarkoitetut mökit. Tämä on selvästi enemmän kuin alueen tilastoituun, kaupalliseen majoituskapasiteettiin on mahdollista majoittua (Satokangas & Vieru, 2017, s. 54). Vedenkulutusaineisto näyttää siis antavan uutta tietoa matkailukeskuksissa oleskelevasta kokonaishenkilömäärästä. Toiselta matkailukeskusalueelta saadun arvion mukaan majoituskapasiteetin käyttö huippusesongilla tosin olisi vielä vedenkulutusaineiston perusteella arvioitua käyttöä suurempi. On myös mahdollista, että alueiden majoituskapasiteeteista tehdyt, kiinteistöjen lattiapinta-aloihin perustuvat arviot ovat todellista suurempia. Vedenkulutukseen perustuviin laskelmiin onkin syytä suhtautua varauksellisesti, ja lisätutkimusta niiden käytettävyydestä tarvitaan. Vedenkulutusaineisto toimii joka tapauksessa yhtenä matkailun mittaamisen apuvälineenä. Parhaiten se toimii yhdistettynä muihin informaatiolähteisiin. Digitaaliseen jalanjälkeen perustuva mittaus olisi myös yksi mahdollisuus (Girardin, Blat, Calabrese, Dal Fiore & Ratti, 2008). Mikäli vedenkulutusaineistoa käytetään jatkossa matkailijamäärien arvioimiseen, tulisi selvittää tarkemmin, käyttävätkö matkailijat vettä yleisistä kulutustottumuksista poikkeavalla tavalla. Mahdollinen poikkeama voi vaikuttaa lopputuloksiin huomattavan paljon.

Lähteet

- Girardin, F., Blat, J., Calabrese, F., Dal Fiore, F. & Ratti, C. (2008). Digital footprinting: Uncovering tourists with user-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4).
doi:10.1109/MPRV.2008.71
- Herrala, M. E., Huotari, H. & Haapasalo, H. J. O. (2012). Governance of Finnish waterworks – A DEA comparison of selected models. *Utilities Policy*, 20, 64–70.
<https://doi.org/10.1016/j.jup.2011.11.005>
- Kuntaliitto (2007). *Kunnat ja vesihuolto huomisen Suomessa*. Helsinki: Kuntaliitto.
- Motiva (2018). Koti ja asuminen. Hyvä arki kotona. Vedenkulutus. Haettu 5.6.2018 osoitteesta
https://www.motiva.fi/koti_ja_asuminen/hyva_arki_kotona/vedenkulutus
- Repo, T. (2015). Luoston kyläsuunnitelma 2015. Opinnäytetyö. Lapin ammattikorkeakoulu, Matkailualan koulutusohjelma, Restonomi AMK. Haettu 5.6.2018 osoitteesta
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99344/Luoston%20Kylasuunnitelma%202015.pdf?sequence=1>
- Satokangas, P. & Vieru, M. (2017). Rekisteröimättömän majoituksen arviointi vedenkulutuksen perusteella. Teoksessa: H. Ilola, P. Satokangas & M. Tapaninen (toim.), *Tilastoja tutkimassa – Lukuja Lapin matkailusta*. Haettu 5.6.2018 osoitteesta <http://lauda.ulapland.fi/handle/10024/63143>
- Tilastokeskus (2018). Majoitustilasto. Haettu 19.6.2018 osoitteesta <http://www.stat.fi/til/matk/>

Joulu ja hevimusiikki uusheimon rakentajina

Tea Koskela

Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Matkailijoiden mielissä Suomen – erityisesti Rovaniemen ja Lapin – imagoon liitetään usein joulu poroineen ja joulupukkeineen. Maailmalla Suomi tunnetaan myös hevimusiikin luvattuna maana, jossa metalliyhtyeiden määrä suhteessa väkilukuun on varsin suuri. Nämä kaksi ilmiötä ovat myös kietoutuneet yhteen: Suomessa joulu kohtaa hevimusiikin. Raskasta Joulua -konsertit ovat olleet omalta osaltaan uusintamassa suomalaista jouluperinnettä jo yli kymmenen vuoden ajan. Maailmalla joululaulujen heviversioita on toistaiseksi julkaistu lähinnä albumeissa, mutta Suomessa rokkijoulun suosio näkyy yhä enemmän myös konserteissa.

Raskasta Joulua – joulukonsertin ja rokkikeikan yhdistelmä – on konserttiyhteisön näkökulmasta mielenkiintoinen ilmiö. Yleisörakenne alkoi muuttua selvästi vuonna 2013, jolloin kaikki konsertit järjestettiin konserttisaleissa eikä enää rokkiklubeilla. Uudet esiintymisareenat houkuttelivat mukaan vanhempiakin ihmisiä, ja myös lasten osallistuminen mahdollistui. Kyseessä ei enää ollutkaan pelkkä hevareiden ja rokkareiden joulukonserttiyhteisö. Puhtaasti hevi- ja rockyhteisöjä on tarkasteltu monissa tutkimuksissa muun muassa festivaaliyhteisöjen näkökulmasta (ks. esim. Tjora, 2016), mutta Raskasta Joulua -konserteissa muodostuvat yhteisöt ovat monimuotoisempia ja siten erityyppisiä kuin vaikkapa tiettyjen artistien tai bändien faniyhteisöt.

Tarkastelin pro gradu -tutkimuksessani Raskasta Joulua -aiheisten Twitter-julkaisujen kautta rakentuvaa yhteisöä uusheimona. Ranskalaisen sosiologi Michel Maffesolin (1995) mukaan uusheimot näyttävät yhteiskunnassa epävakaina yhteisinä, jotka voivat muodostua esimerkiksi erilaisten elämäntapojen ja harrastusten ympärille. Yhteisöt ovat vahvasti nykyyhtikeskeisiä, ja niille on tyypillistä tunteiden yhdessä kokeminen muiden kanssa. (Maffesoli, 1995, s. 24–25, 89.) Tämä luonnehdinta kuvastaa hyvin erilaisista taustoista tulevaa Raskasta Joulua -konserttien yleisöä. Tummiin pukeutuvien pitkätukkien ohella konserttiosallistujien joukkoon mahtuu monenlaisia musiikin kuuntelijoita. Hetkellisesti osaksi joulukonserttiyhteisöä sulautuva yksilö on oiva malliesimerkki postmodernille yhteiskunnalle tyypillisestä löyhästä sitoutumisesta useaan ryhmään – siirtymistä roolista ja ryhmästä toiseen, klassisen musiikin parista hevimusiikin areenalle ja takaisin.

Uusheimojen yhteenkuuluvuuden tunnetta lisää osaltaan teknologia (Maffesoli, 1996, s. 39). Digitalisaation myötä verkkoympäristö on kehittynyt, ja verkkoviestintää leimaa vahvasti hetkellisyys. Tapahtumista keskustellaan nykyään pitkälti internetissä, etenkin eri sosiaalisen median kanavissa. Kokemusten jakamisen ohella niissä myös markkinoidaan konsertteja. Sosiaalisen median kanavista erityisesti Twitterissä painottuvat reaaliaikaisuus ja tapahtumakeskeisyys (Murthy, 2013, s. 33). Katsoinkin mielekkääksi selvittää juuri verkkoyhteisön rakentumista Raskasta Joulua -ilmiön ympärille. Pyrin tutkimuksessani purkamaan Raskasta Joulua -uusheimon rakentumisen Twitterissä pienempiin osiin ja keskityin joulun rooliin yhteisön muodostumiseen vaikuttavana tekijänä. Tarkemmin sanottuna analysoin semiotiikan avulla sitä, millä tavoin joulun symboliikka rakentaa uusheimoa Twitterissä.

Tutkimukseni tuloksista kävi ilmi, että joulun symboliikan näkökulmasta odotus, yhdessäolo ja perinteet ovat merkittävimpiä uusheimoa rakentavia tekijöitä. Konsertin odottamisessa on paljon yhteisiä piirteitä joulun odottamisen kanssa. Tähän liittyy esimerkiksi rituaalinomaisia käyttäytymismalleja. Lisäksi monille Raskasta Joulua -konsertista alkaa joulun odotus. Yhdessäolo näyttäytyi Twitterissä eritasoisena: se ulottui oman perheen kanssa yhdessä vietetystä ajasta hevimusiikkiin kuuntelijoihin ja artistien muodostamaan yhteisöön. Suomi100-juhlavuosi sai uusheimon jäsenet näkemään Raskasta Joulua -konsertit myös ainutlaatuisiksi ilmiöksi suomalaisessa jouluperinteessä. Tutut suomalaiselle joululauluperinteelle tyypilliset melankoliset joululaulut nousivat twiiteissä vahvasti esiin. Yleisön moniaineksisuuden ja konserttityypin tietynasteisen erikoisuuden takia etenkin yhdessäolon ilmeneminen on kiinnostava ilmiö. Millaista yhdessäoloa tällaisen ”kokoontulon” twiiteistä voidaan ylipäänsä tulkita?

Uusheimoilta tyypillinen tunteiden yhdessä kokeminen on yleensä vahvasti esillä musiikki-tapahtumissa. Fanien kokoontuminen hetkeksi yhteiseen musiikkijuhlaan klubeille ja konserttiareenoille on osoitus tunnepitoisten elämysten ja kokemusten värittävästä elämäntyylisestä. Antoine Hennion (2001) toteaa musiikinrakastajista puhuessaan, että musiikilla on ”kyky tuottaa sekä yksilöllisiä että kollektiivisia tiloja” (Hennion, 2001, s. 206). Tämä tukee tapahtumien – etenkin konserttien – merkitystä yhteisöllisyyden lisääjänä. Vaikka jokaiselle yleisön jäsenelle konserttikokemus on yksilöllinen, siihen liittyy vahvasti myös yhdessä kokeminen. Omien vuosien varrella tekemiäni havaintojeni pohjalta tulkitsen, että heviyhteisöissä juuri konserttien aikana yhteisöllisyyden tunteen kokeminen on voimakasta – koetaan, että kuulutaan samaan heviperheeseen. Joulukonserteissa tilanne on hieman toisentyypinen. Esimerkiksi Hebert, Kallio ja Odendaal (2012) linkittävät tutkimuksessaan suomalaiset joulumusiikkitapahtumat osaksi suomalaisuuden rakentamista ja perinteitä mutta antavat joulukonserteille samalla vahvan yhteisöllisyyden leiman. Suomalaisuutta voidaan siis periaatteessa tarkastella niin ikään yhdistävänä tekijänä ja yhteisöllisyyden vahvistajana. Omissa tutkimustuloksissani suomalaisuus kytkeytyi ennen kaikkea perinteeseen. Mutta ajatuksella suomalaisuudesta yhdessäoloa lujittavana tekijänä voisi leikitellä jatkotutkimusta ajatellen: juuri suomalaisuuden tarkastelu voisi olla mielenkiintoinen näkökulma tutkittaessa yhteisön rakentumista Raskasta Joulua -konserteissa.

Perinteisissä joululauluissa ja hevimusiikin jylhissä melodioissa esille tuleva suomalaisuus on vahvasti läsnä Raskasta Joulua -konserteissa. Omaperäinen tapahtuma luo osaltaan

Suomelle lisää mahdollisuuksia metallisen maabrändimme kehittämiseen ja hyödyntämiseen. Haanpään (2017) mukaan tapahtumamatkailun potentiaali ulottuu imagohyötyjen lisäksi myös matkailun taloudelliseen puoleen – sosiaalisia ja kulttuurisia vaikutuksia unohtamatta. Erilaiset tapahtumat voivat esimerkiksi vahvistaa yhteisöllisyyttä. Tapahtumamatkailun käsitteen taustalla on kuitenkin käsitys tapahtumista matkakohteiden kehittämisen resurssina. (Haanpää, 2017, s. 121–122.) Raskasta Joulua -konserttien ympärille muodostuu vuosittain yhteisö, joka kytkeytyy edellä mainittuihin tapahtumamatkailun ulottuvuuksiin. Konsepti itsessään tukee Suomen mainetta metallimusiikin luvattuna maana, ja samalla pienempiäkin kaupunkeja kiertävä joulukonserttikiertue tuo piristysruiskeensa myös paikallistalouteen. Tutkimukseni Twitter-aineistoa analysoidessani keskityin kuitenkin tämän monille uudeksi joulun odotukseen kuuluvaksi traditioksi muodostuneen konsertin sosiaaliseen merkitykseen. Konsertteihin osallistuttiin läheisten kanssa, mutta toisaalta esillä oli vahvasti myös yhdessäolo raskaan musiikin ystävien ja artistien kanssa. Konsertin sosiaalinen ulottuvuus näyttäytyi loppujen lopuksi varsin laajassa mittakaavassa. Perinteisesti jouluvalmisteluita tehtäessä vietetään aikaa yhdessä läheisten kanssa ja virittäydytään näin joulun tunnelmaan ja luodaan omia joulumuis-toja (Laaksonen, 2016, s. 115). Raskasta Joulua -konsertit ovat vallanneet alaa perinteisemmiltä joulukonserteilta. Ne ovat onnistuneet vahvistamaan asemaansa joulutunnelman virittäjänä ja joulun odotukseen kuuluvana uutena traditiona, jonka yhteisöllisyyteen osallistutaan usein pienempien yhteisöjen – kuten perheen – kautta.

Joululaulukulttuurin itsessään voidaan katsoa yhdistävän perinteitä ja nykykulttuuria – tuttuja klassikoita ja uudempia sävelmiä – keskenään (Savikko, 2010, s. 66). Rokkijoulu luo omalta osaltaan uutta perinnettä suomalaisella musiikkikentällä sekoittamalla uutta ja vanhaa, hevimusiikkia ja joululauluja. Twitterissä rakentuva Raskasta Joulua -uusheimo kertoo toisaalta ilmiön vahvasta kulttuurisidonnaisuudesta mutta toisaalta myös joulun merkityksestä eri musiikkiperinteistä ammentavassa konseptissa. Kaikki osallistujat eivät välttämättä kävisi hevi-keikoilla, ja osalta taas jäisi joulukonsertti väliin, jos Raskasta Joulua ei olisi vastaamassa rokkijoulun kysyntään. Potentiaali laajojen yleisöjen kokoamiseen on siis olemassa. Ilmiö on samalla esimerkki nykyajalle tyypillisestä yleisöjen pirstaloitumisesta. Palveluja räätälöidään entistä pidemmälle, minkä vuoksi erityisesti markkinointia varten on tärkeää selvittää tarkemmin niitä tekijöitä, jotka saavat ihmiset liittymään ainakin hetkellisesti osaksi eri yhteisöjä. Tältä pohjalta tapahtumia voidaan kehittää edelleen matkailun näkökulmasta – konserttiyleisöä voidaan tarkastella matkailijoiden muodostamana ryhmänä (ks. esim. Veijola, 2005). Samalla voitaisiin pohtia myös sitä, kuinka taipuisasti hyödynnettävä jouluteema tapahtumamatkailun näkökulmasta onkaan. Molemmassa – sekä tapahtumissa että joulussa – tärkeä rooli on yhdessäololla ja yhteisöllisyyden tunteella.

Lähteet

Haanpää, M. (2017). Tapahtumamatkailu. Teoksessa J. Edenheim & H. Ilola (toim.), *Matkailu-tutkimuksen avainkäsitteet* (s. 120–124). Rovaniemi: Lapland University Press.

- Hebert, D., Kallio, A. A. & Odendaal, A. (2012). Not so silent night: Tradition, transformation and cultural understandings of Christmas music events in Helsinki, Finland. *Ethnomusicology Forum*, 21, 402–423. <https://doi.org/10.1080/17411912.2012.721525>
- Hennion, A. (2001). Musiikinrakastajat : Maku performanssina. (Suom. E. Tuomaala & T. Lehtonen.) *Tiede & edistys*, 26(3). Haettu Arto-tietokannasta.
- Laaksonen, T. T. (2016). *Hyvää joulua: Tietoa ja tarinoita joulun tunnusmerkeistä*. Jyväskylä: Docendo.
- Maffesoli, M. (1995). *Maailman mieli: Yhteisöllisen tyylin muodoista*. (Suom. Mika Määttänen.) Helsinki: Gaudeamus.
- Maffesoli, M. (1996). *The time of the tribes: The decline of individualism in mass society*. London: Sage.
- Murthy, D. (2013). *Twitter* (1. publ. ed.). Cambridge: Polity.
- Savikko, S. (2010). *Joulukirja*. Somero: Amanita.
- Tjora, A. (2016). The social rhythm of the rock music festival. *Popular Music*, 35(1), 64–83. <https://doi.org/10.1017/S026114301500080X>
- Veijola, S. (2005). Turistien yhteisöt. Teoksessa A. Hautamäki, T. Lehtonen, J. Sihvola, I. Tuomi, H. Vaaranen & S. Veijola. (2005). *Yhteisöllisyyden paluu* (s. 90–113). Helsinki: Gaudeamus.

Matkaopas kulttuurimatkailijan Lappiin

Kirja-arvio teoksesta Apajalahti, Hanna (2017): *Kulttuurimatkailijan Lappi*. Helsinki: Into.

Jarkko Saarinen, Oulun yliopisto, Maantieteen tutkimusyksikkö, matkailututkimus

Mikä on Lappi ja mitä on lappilainen kulttuuri? Molempiin kysymyksiin ja lukuisiin muihin kulttuurimatkailijan mieltä askarruttaviin kysymyksiin saa vastauksen Hanna Apajalahden yksityiskohtaisesta ja lennokkaasta matkakirjasta *Kulttuurimatkailijan Lappi*. Riippuu toki lukijasta missä määrin vastaukset miellyttävät ja miten seikkaperäisesti ne onnistuvat avaamaan Lappia kulttuurimatkailukohteena.

Kirjan takakannen mukaan Lappi on täynnä kulttuuria. Tämä on hyvä alkuhuomio ja erityisen tärkeä muistutus niille lukijoille, jotka ovat oppineet Suomen matkailualuerakenteen siten, että matkailun kulttuurialue sijaitsee etelärannikolla ja maamme muut alueet on nimetty lähinnä luonnonpiirteiden, kuten järvisyyden tai vaaraisuuden perusteella. Tämä 1960-luvulla luotu ja myöhemmin muun muassa Matkailun edistämiskeskuksen käyttämä aluejako perustui materiaaliseen kulttuurikäsitelmään, jossa kivistä rakennetut kirkot, muistomerkit ja museot sekä kaupunkimaiset ympäristöt edustavat Kulttuuria. Suurin osa Suomea nähtiin alueena, jonne matkailijoita houkuttelivat lähinnä luonto ja luonnonkaltaiset maisemat. Tässä mielessä Hanna Apajalahti on kääntänyt asetelman pääläelleen. Lappilainen luontokin nähdään läpeensä kulttuuristettuna: Lapin luonnossa paikoilla, kivillä ja maaston muodoilla sekä eläimillä on kulttuuriset merkityksensä ja tarinansa.

Apajalahden käsitys Lapista alueena ei sekään mukaudu aivan perinteiseen aluerakennemuottiin. Kirjassa kulttuurimatkailijan Lappi rajautuu etelässä napapiiriin. Poikkeuksena tästä ovat Rovaniemen kaupungin tarjoamat kulttuurikohteet ja -tapahtumat, jotka sijaitsevat hie- man alle poronkuseman verran napapiiriltä etelään. Kyseinen matkamittayksikkö selviää sekin kirjasta. Kriittisesti ajatellen napapiirin (66,5° pohjoista leveyttä) kulku ei kuitenkaan erota mitään kulttuurialueita toisistaan. Matkailussa napapiirillä on toki itsessään kulttuurisesti tuotettuja merkityksiä ja vetovoimaisuutta, mutta Apajalahdelle napapiiri vain sattuu monilta osin yksiin Lapin ja Peräpohjolan alueiden rajankäynnin kanssa. On kuitenkin huomattava, että jos peräpohjalainen kulttuuripiiri jostain syystä levittäytyy tulevaisuudessa Rovaniemeltä pitkälle pohjoiseen, se ei johdu napapiirin sijainnin muutoksesta! Kuten tunnettua napapiirin luon- nontieteellinen sijainti (ts. ekliptikan kaltevuus) muuttuu, joten napapiiri siirtyy tällä hetkellä

hitaasti kohti pohjoista ja saavuttaa kaukaisessa tulevaisuudessa (nykyisen) Lokan tekoaltaan ja saamelaisten kotiseutualueen eteläosat.

Napapiiri Lapin rajamaana on käytännöllinen valinta, ja sen sisällä Lapin kulttuurimatka- lukohteita tarkastellaan viiden alueen kautta: Saamenmaan, läntisen Tunturi-Lapin, Tornion- jokilaakson, Itä-Lapin ja Rovaniemen kaupungin. Näitä Apajalahti nimittää Lapin kulttuuri- alueiksi. Käytännön syistä alueet on rajattu yhtä poikkeusta lukuun ottamatta kuntapohjaisesti. Saamenmaa vastaa saamelaisten kotiseutualuetta käsittäen Inarin, Enontekiön ja Utsjoen kun- nat sekä Sodankylän kunnan pohjoisosat. Läntinen Tunturi-Lappi on yhtä kuin Kittilän ja Muo- nion kunnat. Pello ja Kolari edustavat Tornionjokilaaksoa, ja Itä-Lappi käsittää Kemijärven, Pelkosenniemen, Sallan ja Savukosken kunnat sekä Sodankylän eteläosat. Rovaniemi edustaa itseään ja kaupunkimaista kulttuurimatkaileukohdetta. Loput Lapin kunnista ja matkailumark- kinoinnissa Lappina myytävä Kuusamo on jätetty kirjan ulkopuolelle. Ylitorniolainen Anni Ylä- vaara eli Rosa Liksom tosin ”kulttuurivierailee” kirjassa.

Apajalahden kirja antaa monipuolisen kuvan Lapin kulttuurielementeistä ja -kohteista. Ennalta arvattavasti suurimman huomion saa osakseen Saamenmaa, sisältäähän se etenkin kansainvälisen matkailun kannalta mielenkiintoisen ja osin eksotisoidun alkuperäiskansan asuinympäristöjä ja kulttuuripiirteitä. Lievältä saamelaisuuden mystifoinnilta ei suomalaisille lukijoille suunnatussa kirjassa täysin vältytä, mutta pääosin esille tuodaan nykyisyydessä elävän alkuperäiskulttuurin aineellisia ja etenkin aineettomia kulttuuripiirteitä, unohtamatta perin- teisiä käsitöitä ja joikua nykyaikaisen, rokkaamisen ja räppäämisen rinnalla.

Tunturi-Lapista nostetaan esille etenkin kuvataiteilijoita, kuten Kalervo Palsa ja Reidar Sä- restöniemi. Molemmat olivat tuotteliaita ja varsin särmikkäitä persoonia, joiden jäljiltä löytyy runsaasti matkailullista ammennettavaa. Tornionjokilaakson kunnista Apajalahti tuntuu löy- tävän hieman pienipiirteisempää kulttuuria tarjolle. Esimerkiksi Kolarista nostetaan ensim- mäisenä esille kunnankirjaston vaihtuvat näyttelyt. Kolarin kirkonkylästä todetaan sen olevan ”yksi niitä pohjoisen taajamia, joiden läpi kulkiessaan ei huomaa, milloin se jo meni ohi” (s. 131). Pellon kunnasta sentään löytyy nimettäväksi kirjailijana tunnettu monitaiteilija Timo K. Mukka ja hiihtäjä Eero Mäntyrannan kunniaksi tehty muistomerkki. Mukasta kertoo kunnankirjaston ulkoseinää koristava Musta joutsen -reliefi; Mäntyrannasta kirjassa tuodaan esille dopingkärä.

Länsi- ja Itä-Lappi ovat perinteisesti olleet ”eri maailmoja”, eikä ristivedolta tai -riidoilta niiden välillä aina vältytä – eikä siihen lappilaisten kesken välttämättä niin pyritäkään. Jos Län- si-Lappi ja Tornionjokilaakso hahmottuivat kulttuurisesti hieman ohuina matkakohteina, niin Itä-Lappi sitä vastoin näyttäytyy monipuolisena ja elävänä kulttuurimaisemana. Kirjassa mai- nitaan Sodankylän elokuvajuhlat, Andreas Alarieston taide, Tankavaaran kultakylä ja -museo, Andy McCoyn patsas, Pyhä-Luoston tunturialue, Suvannon kylä ja Pyhä Unplugged -konsertit, Sompio ja Salla-päivät sekä erityinen itälappilainen ruokakulttuuri. Sallassa kulttuurimatkaileija voi jopa ”äimistellä hiljaisuutta” (s. 176). Kirjoittajalla onkin Itä-Lapin suhteen kulttuurinen etu- lyöntiasema, sillä kirjan takalieveen mukaan Apajalahden sukutausta on itälappilainen.

Kulttuurimatkaileijan viimeisenä Lapin kohteena esitellään Rovaniemi. Todellisuudessa se lienee useimmiten Lappiin matkaavan ensimmäinen kohde, sanotaanhan Rovaniemeä Lapin portiksi. Siinä mielessä Rovaniemen sisällyttäminen napapiirin muutoin rajoittamaan Lappiin

puoltaa paikkaansa. Kirjassa Rovaniemi edustaa selkeästi kaupunkikulttuuria, joka näyttäytyy muuhun Lappiin nähden hieman ”korkeampana” kulttuuriympäristönä. Esille nostetaan arkkitehtuuri, muotoilu, teatteri ja kulttuuri- ja tiedekeskuksat. Sokerina pohjalla on (matkailullisella) napapiirillä sijaitseva joulupukin kylä, joka tosin ohitetaan lyhyesti maininnalla ”ostos- ja huvituskeskuksesta”.

Jokaisesta alueesta tuodaan esille lukemiseen, katsomiseen ja kuuntelemiseen perustuvaa kulttuuria. Niiden avulla matkailija voi ”matkustaa” lappilaiseen kulttuuriin tai kulttuurimaiseen jo etukäteen sekä muistella tehtyä matkaa jälkikäteen. Matkakirja ja siinä esille tuodut elokuvat, musiikki ja kirjallisuus luovatkin monipuolisen ja -ulotteisen kuvan Lapista kulttuurimatkailukohteena. Silmiinpistävää on kuitenkin se, että kirjan perusteella lappilaista kulttuuria ei juurikaan löydy alueen lukuisista matkailukeskuksista. Tämä on hieman yllättävää, koska matkailu ja siihen elimellisesti liittyvä vieraanvaraisuus ovat kiinteä osa jo varsin monen lappilaisen arkea ja elämäntapaa. Apajalahti toteaa itsekin, että Kolarissa ”elävintä on Ylläksen kupeessa” (s. 131), mutta ehkä tämä ”elävä matkailukulttuuri” ei edusta kirjoittajalle lappilaista vaan vierailijoiden omaa elämäntapaa ja kulttuuria.

Kirjan lopuksi luodaan lyhyt katsaus Lapin myyttisiin eläimiin ja lappi-suomi-sanaoppaaseen. Niissä molemmissa on lantalaiselle opittavaa.

Hanna Apajalahden kirja sai vuonna 2017 kunniamaininnan matkailulehti Mondon matkakirjakilpailussa. Kunniamaininnan perusteluissa todettiin teoksen olevan suositeltavaa luetta-
vaa jokaiselle, joka haluaa tutustua Lappiin pintaa syvemmältä. Tähän toteamukseen on helppo yhtyä.

TEFI10 – Ajatuksia arvoista ja välittämisestä

Johan Edelheim, Norsk hotellhøgskole, Universitet i Stavanger

Saamme kaikki konferenssikutsuja viikoittain – sähköpostitse, verkkolistojen kautta ja sosiaalisessa mediassa. Konferenssien teemat kattavat lähes kaiken kuviteltavissa olevan. Välillä ne ovat kaukana omista tutkimusaiheistamme ja kiinnostuksenkohteistamme, jolloin kutsut menevät nopeasti roskeen ja unohtuvat saman tien. Joskus aiheet ovat todella kiinnostavia mutta konferenssit ovat liian kaukana tai sellaisena ajankohtana, että niihin ei yksinkertaisesti ehdi osallistua. Ja sitten välillä tulee kutsu konferenssiin, joka on sekä ajoitukseltaan, tapahtumapaikaltaan että teemaltaan juuri sopiva, ja mielessä alkaa kytä ajatus siitä, millaisen abstraktin siihen voisi lähettää.

Tourism Education Futures Initiati ve (TEFI) on kansainvälinen verkosto, johon kuuluu nykyään noin 600 matkailututkijaa ja -kouluttajaa kaikista maailmankolkista. TEFI on ollut osa omaa ammattielämäni vuodesta 2012 alkaen, ja siihen kuulumisen on todennäköisesti enemmän kuin mikään muu väitöskirjani kirjoittamisen jälkeen muovannut tapaa, jolla ajattelen ja toimin tieteenharjoittajana. Kesäkuun alussa TEFI vieraili ensimmäistä kertaa Suomessa, Pyhänturilla, Lapin yliopiston järjestämässä konferenssissa.

TEFI:n tausta-ajatus on, että kaikki koulutus perustuu tiettyihin arvoihin ja että nämä arvot pitää tiedostaa. Tällöin koulutus voi osaltaan tehdä myös opiskelijoista tiedostavia ja yhteiskunnallista kehitystä ymmärtäviä ihmisiä. Yleismaailmallisten arvojen lisäksi eri puolilla maailmaa on erilaisia kulttuurisia arvoja sekä vaihtelevia yhteisöllisiä ja yritysکوhtaaisia arvoja. Viime vuosikymmeninä monet ovat alkaneet ymmärtää, että rajattomaan ahneuteen perustuva kapitalismi ei ole kestävä arvo ja että on kaikkien vastuulla löytää tapoja, joilla kehitys voitaisiin kääntää myönteiseksi koko yhteiskunnalle. Tästä huolimatta korkeakoulujenkin matkailukoulutuksessa opetetaan monin paikoin arvoja, jotka kuuluvat menneeseen maailmaan.

Niinpä TEFI:ssä on määritelty viisi ”arvoa” ohjenuoriksi siihen, minkä varaan opetussuunnitelmat kaikessa matkailukoulutuksessa pitäisi rakentaa. Ne ovat: *tieto* (kriittinen ajattelu, innovaatio, verkostoituminen), *ammattimaisuus* (johtajuus, käytännöllisyys, reflektointi, palveluallttius), *eettisyys* (rehellisyys, aitous, omana itsenään oleminen), *vastavuoroisuus* (moninaisuus, oikeudenmukaisuus, nöyryys, yhteistyö) sekä *huolenpito* (*stewardship*, vastuullisuus, kestävyys, yhteisöllisyys, palvelut yhteiskunnalle). Näiden arvojen pohjalta TEFI-verkosto on vuosien mit-

taan luonut myös sisäisen toimintatavan, jossa välitetään muista – ja jossa muulle yhteiskunnalle ja akateemiselle maailmalle tyypillinen kilpailumentaliteetti puuttuu.

TEFI10-konferenssin teemana oli *Knowing with Nature – the Future of Tourism Education in the Anthropocene*. Luonto olikin tapahtumassa erittäin lähellä: monet esitelmät ja aktiviteetit tapahtuivat ulkona, Pyhä-Luoston kansallispuistossa. *Antroposeeni* eli geologinen kausi, jonka aikana ihmisten aikaansaamat muutokset ovat mullistaneet luonnon tasapainon maapallolla, on kyllä tullut käsitteenä tutuksi vastuullisen tai kestäväen matkailun teemojen kautta – mutta sitä, millä tavalla tämä vaikuttaa arvona matkailukoulutuksessa, ei ole samalla tavalla tiedostettu. Pyhälle kokoontui noin 60 tutkijaa ympäri maailmaa. He kertoivat oppimisesta, opetusmenetelmistä, opiskelijatutkimuksista, opetussuunnittelusta ja erilaisista tutkimuksista, joita tehdään sekä tiedeyhteisöissä että työelämää edustavissa organisaatioissa ja yhteisöissä.

Konferenssi oli hyvin erilainen kuin monet muut akateemiset konferenssit, ja juuri tämä erilaisuus kuuluu TEFI:n vahvuuksiin. Vaikka teemat vaihtuvat vuodesta toiseen, TEFI-konferensseja yhdistää tunnelma – etenkin rohkeus ja uskallus haastaa jähmettyneitä akateemisten tapahtumien toteuttamistapoja. Osallistujille tarjottiin muun muassa mahdollisuus säästää omaa hiilijalanjälkeä ja aloittaa konferenssi jo Helsingistä yhteisellä liikkuvalla junaosuudella. Noin puolet kansainvälisistä vieraista käytti hyväkseen tätä mahdollisuutta. Yhteiseen ravintola-vaunun yläkertaan rakennettiin kolme ”trainshoppia” eli työpajaa, jotka liittyivät kauttakulkuun (*transit*), matkustamiseen ja käsityöhön. Niissä käytettiin visuaalisia ja yhteisöllisiä pedagogisia menetelmiä, ja kaikkien mielestä matka sujui erittäin nopeasti. Lisäksi koko konferenssi oli täysin vegaaniystävällinen, ja kaikki Metsähallituksen Naava-luontokeskuksessa tarjotut ruoat olivat sekä maittavia että eettisiä. Jokainen konferenssipäivä alkoi ”päivän ajatuksella – meditaatiolla” Kellee Catonin (Kanadan Thompson Rivers yliopistosta) johdolla. Kunkin päivän ajatus loi yhteisen mielentilan, joka vaikutti myös päivän muiden puheiden muotoon. Illalla, yhteisen päivällisen aikana, allekirjoittanut veti päivän puheiden ja esitysten pääkohdat yhteen holistiseksi kokonaisuudeksi, jotta rinnakkaisiin sessioihin osallistuvat saisivat tiedon ja ymmärryksen siitä, mitä muita ajatuksia oli nostettu esille.

Pääpuhujat, Gunnar Thor Jóhannesson Islannin yliopistosta, Karoliina Lummaa Turun yliopistosta sekä Tijana Rakić Brightonin yliopistosta, loivat kaikki omalla tavallaan viitekehyksen konferenssin teemaan. Oppiminen, (matkailu)tutkijoiden luontosuhteet, luonnonmullistukset, ihmisten toiminta yhteiskunnassa sekä taide ja visuaaliset menetelmät tapana aikaansaada oppimista uudella tavalla olivat kaikki mukana muovaamassa kokonaisuutta. Oli mukava huomata, miten lähes kaikki konferenssin puhujat peilasivat oman esityksenä muihin esityksiin. Tämä tarjosi osallistujille vuorovaikutusta, palautetta ja yhteisöllisyyttä. Viimeisen päivän ryhmätyössä käsiteltiin TEFI:n arvoja ja kyseltiin, millä tavalla niitä voitaisiin kehittää. Tällöin ryhmissä todettiin, että toiminnalliset arvot, joiden mukaan verkosto elää ja joiden mukaan konferenssit järjestetään, ovat seuraavat: *Välittäminen*, kukin omasta itsestään – ihmisenä ja ammattilaisena; toisistaan – perheestä, opiskelijoista, kollegoista, yhteisöstä; luonnosta ja ympäristöstä. *Viisaus* (ennemmin kuin tieto), liittyen myös hengellisyteen – elämän tarkoitukseen. *Yhteys* ja yhteisöllisyys – ymmärrys luodaan yhteisesti ilman paineita ja kilpailua. *Avoimuus* – uskalletaan ottaa riskejä, tietäen että muut jakavat samalaiset arvot. Ja lopuksi: *Käytännöllisyys*

– olemme aina opettajia jollain tavalla, sekä seisoessamme luentosalin edessä että silloin, kun kirjoitamme tutkimustamme ja ajatuksiamme muille luettavaksi. Opetettävien asioiden tulee olla yhteydessä käytäntöön, missä ne voivat muuttaa yhteiskuntaamme paremmaksi paikaksi elää.

