



Matkailututkimus 14:2/2018  
© Suomen matkailututkimuksen seura

---

# SISÄLLYSLUETTELO

## Matkailututkimus 14:2/2018


### PÄÄKIRJOITUS

Paikallinen arki matkailussa

*Maria Hakkarainen, Minni Haanpää & Anu Harju-Myllyaho*


4

### ARTIKKELIT

 Polkuja luontoon – Levin kesäreittiverkoston kehittäminen käyttäjäkokemuksia ja ekologista tietoa yhdistäen

*Marja Uusitalo, Seija Tuulentie, Sini Kantola, Esa Huhta & Vesa Nivala*

7

 Matkailuelämyksiä ilman matkaa? Fokusryhmätutkimus matkailutyypisistä kulutuksesta osana kuluttajan arkea

*Juulia Räikkönen, Heli Marjanen, Anna-Maija Kohijoki & Ira Lahovuo*

24

### KATSAUKSET

 Katsaus yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen matkailussa: osallisuuden mahdollisuudet pohjoisen urbaaneissa paikallisyhteisöissä

*Minni Haanpää, Maria Hakkarainen & Anu Harju-Myllyaho*

44

### PUHEENVUOROT

Listening to the local voices of a destination - "Live like a local" experiences in Helsinki

*Essi Kuusimäki & José-Carlos García-Rosell*

59

Paikallisten tarinoista ideoita matkailun kehittämiseen

*Petra Paloniemi, Salla Jutila & Maria Hakkarainen*

62

Autenttisuutta ja paikkaan sitoutumista – kakkosasukkaana Kemijärvellä

*Heli Ilola*

66

### AJANKOHTAISTA

Muutosvoimaisen tutkimuksen pohdintaa pohjoisella konferenssimatkalla

*Outi Kulusjärvi*

73

## Paikallinen arki matkailussa

Viime vuonna lanseerattu Kööpenhaminan matkailustrategia ”The end of tourism as we know it” nosti esille paikallisuuden trendin, joka on sittemmin saanut jalansijaa yhä useampien kohteiden kehittämisessä ja markkinoinnissa (Wonderful Copenhagen). Esimerkiksi Helsinki tarjoilee matkailusivuillaan parhaillaan paikallisoppaan jouluun teemalla ”Your local guide to Christmas” esitellen kaupungin joulutraditioita ja -paikkoja (Helsinki Marketing). Matkailijat etsivät enenevässä määrin ”tavallista” arkea – kokemuksia aidosta paikallisuudesta. Matkailun trendeinä korostuvat kiinnostus esimerkiksi lähiruokaa, vähemmän vieraituja kohteita ja *live like a local* -kokemuksia kohtaan (Euromonitor, 2014; Paulauskaite, Powell, Coca-Stefaniak & Morrison, 2017).

Paikallista arkea halutaan kokea niin vieraiden kulttuurien parissa kuin tutuissa kaupunki-kohteissa. Toisaalta omassa kotikaupungissa saatetaan etsiä lomankaltaisia kokemuksia. Nämä kehityssuunnat ovat nostaneet pinnalle jo vuosikymmeniä matkailututkijoita puhuttaneen autenttisuuden käsitteen (esim. McCannel, 1999; Wang, 1999) sekä haastavat yhä edelleen tulkitsemaan matkailutuotteiden ja -kohteiden aitoutta ja autenttisuutta. Matkailijoita paikallinen arki kiinnostaa, mutta samalla se on uhattu ja jopa vaarassa. Useissa Euroopan kaupungeissa kohteen suosio yhdistettynä esimerkiksi jakamistalouden ilmiöihin on johtanut paikallisten tilan ja arjen siirtymiseen pois matkailun tieltä. Paikallisten osallistuminen tai aktiivinen toimijuus matkailussa voisi auttaa vastaamaan niihin uhkakuviin, joita tämän hetken matkailussa koetaan esimerkiksi liikaturismina (*overtourism*). Matkailun osallisuudesta on usein puhuttu matkailijan näkökulmasta (esim. Minnaert, Maitland & Miller, 2011). Esteetön ja sosiaalinen matkailu tähtäävät toimintatapoina siihen, että mahdollisimman monella olisi mahdollisuus matkailla ja kokea matkailuelämyksiä, mutta yhtäältä paikallisuuden trendi edellyttää keskustelua myös paikallisten osallisuudesta.

Lehden artikkelit ja puheenvuorot lähestyvät paikallista arkea erilaisista näkökulmista. Ensimmäinen artikkeli kiinnittyy osallistavan suunnittelun kontekstiin. Marja Uusitalo, Seija Tuulentie, Sini Kantola, Esa Huhta ja Vesa Nivala ovat tutkineet, miten paikalliset ja matkailijat hahmottavat alueen luontoympäristön matkailun paikkana ja miten heidän kokemustietoaan voidaan tuoda esiin erityisesti kesämatkailun kehittämisessä. Tutkimusmenetelmäkseen Uusitalo ja kumppanit ovat valinneet osallistavan karttapohjaisen paikkatietoanalyysin. Koska matkailussa on pitkälti kysymys alueidenkäytön suunnittelusta ja paikkojen tuotteistamisesta asiakastarpeisiin, karttapohjainen paikkatieto antaa välineitä matkailutuotteiden kehittämiseen paikallisten arjen luontokokemuksia hyödyntäen sekä luonnonkäyttötapoja kunnioittaen. Paikkatietokysely ja haastattelut osoittivat esimerkiksi, että paikallisilla käyttäjillä ja matkailijoilla on

paljon arvokkaita näkemyksiä ja tietoa siitä, millaisia ovat hyvät reittiverkostot ja miten niihin tukeutuvien kesätuotteiden laatua ja saavutettavuutta voidaan tämän tiedon avulla parantaa.

Juulia Räikkönen, Heli Marjanen, Anna-Maija Kohijoki ja Ira Lahovuuo tarkastelevat artikkelissaan ”Matkailuelämys ilman matkaa?” matkailutyypistä kulutusta osana kaupunkilaisten arkea. He kiinnostävät huomion kuluttajien arjen tiloihin ja ympäristöihin tällaisen kulutuksen mahdollistajana. Kun matkailussa elämykselliseen kuluttamiseen liittyvä liminaalitalan sauttaminen yhdistetään perinteisesti maantieteelliseen etäisyyteen omasta arkiympäristöstä, matkailutyypissä kulutuksessa se yhdistyy enemmän väliaikaisena mielentilana psykologiseen etäisyyteen arjen kokemuksista. Fokusryhmähaastatteluihin pohjautuvat tulokset osoittavat, että myös koti- ja lähiympäristö voivat tarjota pieniä irrottautumisia arjesta ja tunnetta siitä, että olisi jossain muualla – varsinkin, kun niitä koetaan esimerkiksi yhdessä toiselta paikakunnalta saapuvien vieraiden kanssa. Räikkösen ja kumppaneiden artikkeli avaa tervetulleita näkökulmia vasta niukasti tutkittuun lähialuematkailuun pohjautuvaan *staycation*-ilmiöön.

Minni Haanpään, Maria Hakkaraisen ja Anu Harju-Myllyahon kirjallisuuskatsauksessa perehdytään siihen, millaista keskustelua yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä on käyty matkailututkimuksessa. Katsauksen mukaan yhteiskunnallisen yrittäjyyden keskeisiä käsitteitä ovat sosiaalinen arvonluonti, sosiaaliset innovaatiot ja kestävyys. Lopuksi Haanpää, Hakkarainen ja Harju-Myllyaho pohtivat näkökulmia, joita käydyt tutkimuskeskustelut tarjoavat matkailun yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen pohjoisissa urbaaneissa ympäristöissä.

Puheenvuoroista kaksi ensimmäistä tarkastelevat paikallisten arkikokemusten tuotteistamista matkailuelämyksiksi. Essi Kuusimäki ja José-Carlos García-Rosell kertovat puheenvuorossaan, millaisia kokemuksia helsinkiläisillä on kotikaupungistaan ja miten näitä kokemuksia voitaisiin käyttää matkailun kehittämiseksi. Paikallisuuden perustuvia tuotteita kehitettäessä kohdeorganisaatioiden olisi tärkeää varmistaa, että tuotteet hyödyttävät sekä matkailijoita että paikallisia. Petra Paloniemi, Salla Jutila ja Maria Hakkarainen avaavat keskustelua siitä, kuinka matkakohteen arkielämää voitaisiin hyödyntää matkailuelämyksissä kunnioittaen samalla paikallisten yksityisyyttä. Heidän mukaansa jakamistalouden palveluissa on mahdollisuus aidommille paikallisuuden kokemuksille. Heli Ilola pohtii puheenvuorossaan, miten paikallinen arki liittyy hänen kokemuksiinsa kakkosasumisesta Kemijärvellä. Ilola reflektoi kokemuksiaan suhteessa autenttisuuteen, aitouteen ja paikkaan sitoutumiseen ja toteaa matkailututkimuksen tarjoavan käsitteitä ja välineitä näiden kokemusten jäsentämiseen. Lehden erikoisnumeron päättää Outi Kulusjärven matkaraportti 27. vuosittaisesta matkailututkimuksen pohjoismaisesta *Nordic Symposium on Tourism and Hospitality Research* -tutkijatapaamisesta. Norjan Altassa järjestetyn symposiumin teemana oli Tourism Implications and Dilemmas, ja se haastoi tutkijat pohtimaan matkailun seurauksia sekä kehittämistyössä kohdattavia vaikeita valintoja.

Tämän teemanumeron tavoitteena on ottaa osaa kasvavan matkailun ilmiön tarkasteluun ja ymmärtämiseen – paikallisesta arjesta käsin. Lehden tekstit avaavat näkökulmia siihen, mitä paikallisuuden kokeminen voi olla matkailijalle. Toisaalta niissä pohditaan osallistumisen mahdollisuuksia ja osallisuuden kokemuksia, joita matkailu voi tarjota paikallisille toimijoille. Paikallisuuden trendi tuskin tulee katoamaan lähitulevaisuudessa, joten on tärkeää tuottaa tietoa

siitä, miten voidaan antaa tilaa erilaisille äänille kasvua painottavissa keskusteluissa sekä valita mahdollisimman kestävät ja vastuulliset tavat kehittää matkailua tutkimukseen perustuen.

Matkailututkimus-lehden vuoden 2019 molemmat numerot ovat teemanumeroita: ensimmäinen teemanumero *Matkailua vihreillä alueilla* tuo yhteen viimeisimpiä luontomatkailututkimuksia ja keskusteluita luontomatkailututkimuksen eteenpäin viemisestä Suomessa. Sen toimittavat Maria Lähteenmäki Itä-Suomen yliopistosta ja Outi Rantala Lapin yliopistosta. Vuoden toisessa numerossa ”*Knowing-with*” in the era of *Anthropocene* pysähdytään tarkastelemaan matkailun koulutuksen ja tutkimuksen roolia erilaisten tietämisen tapojen tuottajina Antroposeenin aikakaudella. Teemanumeron toimittavat Outi Rantala, Emily Höckert ja Heli Ilola Lapin yliopistosta.

Rovaniemellä 19.12.2018

**Maria Hakkarainen, Minni Haanpää ja Anu Harju-Myllyaho**

## Lähteet

Euromonitor (2014). World Travel Market Global Trends Report 2014. Haettu 17.12.2018 osoitteesta <https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/industry-research/World-Travel-Market-Global-Trends-Report-2014.pdf>

Helsinki Marketing. Your local guide to Christmas. Haettu 17.12.2018 osoitteesta <https://www.myhelsinki.fi/en>

MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York: Schocken. (Alkuperäisjulkaisu 1976).

Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2011). What is social tourism? *Current Issues in Tourism*, 14, 403–415. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.568051>

Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19, 619–628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

Wonderful Copenhagen. The end of Tourism as we know it. Haettu 17.12.2018 osoitteesta <http://localhood.wonderfulcopenhagen.dk/wonderful-copenhagen-strategy-2020.pdf>



# Polkuja luontoon – Levin kesäreittiverkoston kehittäminen käyttäjäkokemuksia ja ekologista tietoa yhdistäen

*Marja Uusitalo, Luonnonvarakeskus, Rovaniemi*

*Seija Tuulentie, Luonnonvarakeskus, Rovaniemi*

*Sini Kantola, Luonnonvarakeskus, Rovaniemi & Oulun yliopisto, Maantieteen tutkimusyksikkö*

*Esa Huhta, Luonnonvarakeskus, Rovaniemi*

*Vesa Nivala, Luonnonvarakeskus, Rovaniemi*

## Abstract

Tourism season in Lapland is mainly winter. Only one quarter of the registered overnight stays take place in snowless seasons in Lapland. Therefore lots of efforts are made to develop summer tourism. Recreational trails are an important part of this development work. Conventional interviews and surveys produce user-based knowledge that seldom ends up into a system of land-use planning, since information is not georeferenced. This article introduces two methods; one is able to collect user knowledge broadly and comprehensively, the other processes it for trail planning from perspectives of summer and wellness tourism. First, tourists' and locals' views about natural areas of the Levi tourism resort were collected with internet-based public participatory geographic information system (PPGIS). The inquiry produced almost three hundred georeferenced favorite places and plenty of descriptive verbal information. This knowledge on strengths, weaknesses and development needs of places was complemented with dozen interviews of locals. The user-based knowledge was combined with ecological knowledge on places that are relevant to nature experiences and wellbeing benefits of nature with the help of GIS-method in order to identify "hot spots for forest bathing". The twenty hot spots do not involve only forests but also waterfronts, mires and meadows outside the reach of the official trails but having wellbeing benefits or being important to the users. The Levi network of nature areas was developed in order to give model for land-use and trail planning to avoid the challenges caused by seasonality and to enhance sustainable tourism for other resorts to apply.

*Keywords: public participatory geographic information system (PPGIS), user-based knowledge, trail planning, summer tourism*

## Johdanto

Matkailun ympärivuotisuus ja sesonkien tasaaminen on ollut niin matkailun kehittämisen kuin tutkimuksen ja selvitysten kohteena useita vuosikymmeniä. Matkailun keskittyminen vain osaan vuotta on yhteinen ongelma eri puolilla maailmaa sijaitseville matkakohteille, vaikka sesonkien ajoittuminen vaihtelee. Baum ja Hagen (1999) totesivat jo parikymmentä vuotta sitten, että matkailusesongin pidentäminen ja matkailun sesonkiluonteisuuden vähentäminen olivat avaintavoitteita toimialan kehittämisessä pohjoisissa matkakohteissa. Sesonkikysymys on matkailututkimuksessa ollut esillä etenkin 1990-luvulla ja 2000-luvun alussa (Butler, 2001; Lundtorp, Rassing & Wanhill, 1999). Sittemmin sesonkien pohdinta on enenevässä määrin kytketty ilmastonmuutostematiikkaan (Amelung, Nicholls & Viner, 2007; Scott & McBoyle, 2007).

Sesonkiluonteisuutta pidetään yhä yhtenä hankalimmista ilmastoon perustuvien tai syrjässä sijaitsevien matkakohteiden ongelmista (Engeset, Velvin, Richins & Hult, 2016; Koenig-Lewis & Bischoff, 2010; Pegg, Patterson & Vila Gariddo, 2012). Ympärivuotisen matkailun puuttuminen koskee enemmän luontoon pohjautuvaa ja luontoympäristöissä tapahtuvaa kuin esimerkiksi suuriin kaupunkeihin ja kulttuurikohteisiin suuntautuvaa matkailua. Ongelmia syntyy, kun matkakohteen fyysiset ja sosiaaliset rakenteet mitoitetaan huippusesongin mukaan ja muun osan vuotta resurssit ovat käyttämättä tai hyvin vähällä käytöllä. Sesongit kuormittavat yhdyskuntatekniikkaa, kuten vesi- ja jätehuoltoa. Lisäksi sesonki tuo ruuhkaa luontoalueille, joilta moni matkailija hakee rauhaa ja hiljaisuutta. Myös ilmastonmuutoksen vuoksi matkailutuotteita pitäisi sopeuttaa luontaisiin edellytyksiin ja eri vuodenaikoihin. (Baum & Hagen, 1999; Konu ym., 2017.)

Paikallisyhteisöjen arjessa matkailun sesonkiluonteisuus näkyy väkimäärän suurena vaihtelevuutena ja osa-aikaisten asukkaiden paikkasuhteen epämääräisyytenä. Myös kausittainen työttömyys, ammattitaitoisen työvoiman saatavuus sesonkiaikoina ja sesonkiluonteisen työn vähäinen houkuttelevuus ovat ongelmia (Hakkarainen, 2009; Lundtorp ym., 1999; Müller & Jansson, 2007). Matkailun sesonkielämä erottaa matkailukeskuksen ”oikeasta kylästä”, jossa kyläläiset elävät ympäri vuoden (Tuulentie & Sarkki, 2009).

Matkailusesongit ja niihin liittyvät haasteet ovat erilaisia eri puolilla Suomea. Lapissa sekä talvimatkailua tarjoavissa keskuksissa muualla Suomessa ongelmana on kesämatkailijoiden vähyys. Järvi-Suomessa ja saaristossa sen sijaan ponnistellaan kauden pidentämiseksi talveen asti. (Konu ym., 2017.) Lapissa kesämatkailun kehittäminen perinteisesti talviaktiviteetteihin keskittyneissä kohteissa on ollut monien hankkeiden ja toimenpiteiden tavoitteena. Lapin liiton (2015, s. 21) matkailustrategiassa on kuitenkin päädytty siihen, että ”päämääräksi asetettu ympärivuotinen matkailu ei tulevaisuudessa(kaan) toteudu yksittäisten toimenpiteiden avulla, vaan se on pikemminkin pitkäjänteisen, yhteisen työn tulos”.

Kesämatkailun lisäksi huomiota on alettu yhä enemmän kiinnittää myös hyvinvointimatkailijoihin. Luontomatkailun hyvinvointivaikutuksia on tuotu esiin maakunnallisissa ja valtakunnallisissa matkailustrategioissa, koska hyvinvoinnistaan kiinnostuneiden asiakkaiden määrä kasvaa koko ajan (Global Wellness Insititute, 2014; TEM 2015). Luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutustutkimukset ovat osoittaneet, että jo lyhytaikainen oleskelu luontoalueilla tai kaupunkien viheralueilla edistää sekä psyykkistä että fyysistä terveyttämme (mm. Hartig,

Evans, Jamner, Davis & Tommy, 2003; Li, 2009; Tyrväinen, Korpela & Ojala, 2014; Ulrich, Simons, Losito, Miles & Zelson, 1991). Hyvinvointimatkailussa pyritään systemaattisesti tuottamaan asiakkaalle ruumiillista ja henkistä hyvää oloa ja irtautumista arjesta (Visit Finland, 2014). Luonnon hyvinvointi- ja terveyshyötyihin perustuvat tuotteet ja niihin pohjautuvat strategiat voivat lisätä kesämatkailijoiden määrää Lapin luontomatkaillukeskustoissa.

Luontoympäristöjä ja niiden hyvinvointivaikutuksia on tuoteistettu maailmalla jo melko pitkään. Esimerkiksi Japanissa stressioireiden hoitoon on käytetty ohjattuja metsäkylpyjä terapiametsissä. Metsäympäristö parantaa mielialaa ja keskittymiskykyä sekä laskee verenpainetta ja stressihormonien määrää – eli voimaannuttaa (ks. Ochiai ym., 2015). Suomessa tällaista luonnon elvyttävää vaikutusta korostavaa teemaympäristöä on alettu kutsua ”voimametsäksi”. Ensimmäinen tällainen voimametsä perustettiin Ikaalisiin vuonna 2010 (Vattulainen, Sarjala, Savonen & Korpela, 2011). Vastaavanlaisen voimametsäkonseptin tarjoamia mahdollisuuksia on tarkasteltu Levin matkaillukeskustoissa vuosina 2015–2018 toteutetussa hankkeessa<sup>1</sup>.

Tässä artikkelissa tarkastellaan ensinnäkin sitä, miten matkaillijoiden ja paikallisten asukkaiden kokemukset nykyisestä matkaillukeskustuksen reittiverkoston ja paikoista saataviin paremmin esiin. Lisäksi yhdistetään retkeilyjen kokemustietoa ekologiseen tietoon, jotta saadaan tietoa niin sanotuista arvokeskittymistä eli *hot spoteista*. Niiden avulla pohditaan, miten reitit voitaisiin ohjata nykyistä paremmin mieleenpainuvia luontoelämyksiä ja hyvinvointihyötyjä tarjoaviin mutta vähemmälle huomiolle jääneisiin paikkoihin, voimametsiin.

## Reittisuunnittelu reittien käyttäjien näkökulmasta

Luontoon johdattavat reitit ovat tärkeitä kehitettäessä pohjoisten matkaillukeskusten luontoon pohjautuvaa kesämatkaillua. Reitit mahdollistavat aktiviteettien ja hyvinvointituotteiden kehittämisen. Retkeilyreitien suunnittelua ohjaa muutama peruserä. Ensinnäkin hyvä reittiverkosto on helposti saavutettavissa, esteetön ja turvallinen. Lisäksi se risteilee erityyppisten maisemien läpi ja sisältää näköalapaikkoja ja luonnonnähtävyyksiä, esimerkiksi koskipaikkoja. Eri-ikäisiä ulkoilijoita ajatellen reittiverkoston pitäisi sisältää eritasoisia reittejä. Matkaillijoilla on myös erilaisia luonnonkäyttötapoja: yksi tavoittelee rentoutumista tai haluaa tarkkailla luontoa, toinen taas etsii mahdollisuuksia luontoliikuntaan. (Bell, 2008; Marion & Wimpley, 2017; Lucas, 1990.)

Reittisuunnittelulla voidaan siis vaikuttaa siihen, millaisia aktiviteetteja matkaillualueella harjoitetaan, millaisia havaintoja erilaiset virkistyskäyttäjät tekevät ympäristöstä ja millaisia luontokokemuksia heille voi syntyä. Reittisuunnittelulla voidaan esimerkiksi lisätä todennäköi-

1 EU:n aluekehitysrahaston tukemassa *Voimametsistä viherkattoihin – Ekosysteemipalveluista ja ympäristöstävällisestä viherrakentamisesta lisäarvoa matkailluun* -hankkeessa (2015-2018) etsittiin menetelmiä Lapin kesä- ja hyvinvointimatkaillun kehittämiseksi. Hankkeen toteutti Luonnonvarakeskus yhteistyössä Kittilän kunnan ja matkailluyritysten kanssa. Tavoitteena oli muun muassa luoda malli ”voimametsien verkoston”, joka auttaa maankäyttö- ja reittisuunnittelijoita tarkastelemaan matkaillukeskustuksen ympäristöjä kesä- ja hyvinvointimatkaillun näkökulmasta. Voimametsiin luettiin mukaan metsien lisäksi muitakin luontotyyppisiä, kuten niittyjä ja avosoita, joihin voi suunnata ohjelma- ja hyvinvointipalveluja tai joissa voi tuottaa terveysvaikutteisen villiruuan ja luontaishoitajien raaka-aineita. Voimametsät ovat tyypillisesti myös matkaillijoiden mieli- tai voimapaikkoja.



syyttä nähdä alueella eläviä eläimiä, mikä Leen, Krugerin, Whangin, Uysalin ja Sirgyn (2014) mukaan vaikuttaa matkailijoiden viipyymiin: kansallispuiston vierailijat viipyivät kohteessa pidempään ja jättivät sinne enemmän rahaa, kun he näkivät eläimiä ja oppivat niistä uusia asioita.

Reittisuunnittelua koskeva ja sitä ohjaava kansainvälinen tutkimus on pitkään keskittynyt erityisesti suojelualueiden reitistöihin ja niiden ekologiseen kestävyteen (esim. Marion & Wimpley, 2017). Tutkimustulokset ohjaavat reittisuunnittelijoita välttämään helposti vaurioituvia ympäristöjä, esimerkiksi kulutusherkkiä jyrkkiä rinteitä tai maalajeja. Suojeltaviin kohteisiin kuuluvat myös muinaisjännökset ja uhanalaisten lajien elinympäristöt. Jos alueella on jo reittiverkosto, sitä suositellaan yleensä kehittämään kunnostamalla kuluneita osuuksia. Kehittäminen voi merkitä myös uusia käyttömuotoja vanhoille reiteille tai uusien reittien rakentamista jo rakennetuille alueille. (Department of Conservation and Recreation, 2014.)

Reittisuunnittelussa tulee ottaa huomioon myös maanomistusolot sekä reittien rakentamis- ja ylläpitokustannukset. Reittien suunnittelu on haasteellista, koska suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä on paljon. Niinpä reittien kulkua ei välttämättä saada optimaaliseksi; lopputulos on monen tekijän summa. (Bell, 2008; Marion & Wimpley, 2017; Lucas, 1990.)

Suomessa vastuu ulkoilureittien suunnittelusta kuuluu kunnille ja sitä ohjaa Ulkoilulaki (606/1973). Ely-keskus alueella toimivana viranomaisena vahvistaa reittisuunnitelman ja arvioi reitistön turvallisuuden, suojavyöhykkeiden riittävyyden sekä vaikutukset uhanalaisiin tai vaarantuneisiin lajeihin ja pesintään. Asukkaat ja yrittäjät voivat tehdä kunnalle aloitteita uusista reiteistä.

Hyvä reittiverkostosuunnitelma ottaa huomioon erilaisten käyttäjien tarpeet, joita matkailukeskuksissa on sekä matkailijoilla että paikallisilla asukkailla. Erilaiset tarpeet aiheuttavat konflikteja. Tämän vuoksi reittisuunnitteluun liittyvä tutkimus on enenevässä määrin suuntautunut sosiaaliseen kestävyteen ja yhteissuunnittelun kehittämiseen (esim. Beeton, 2006; Cessford 2003; Jones, Beeton & Cooper, 2018). Matkailijat pääsevät harvoin suoraan vaikuttamaan matkailualueen reittilinjauksiin. Heiltä saatetaan kyllä tiedustella ympäristöön liittyviä mieltymyksiä, mutta näkemyksiä suunnittelutarpeista ja toiveita muutoksen suunnista ei juurikaan kysytä. Yrityksiä tähän suuntaan on ollut (esim. Uusitalo, 2010; Wolf, Wohlfart, Brown & Lasa, 2015), mutta ongelmana on usein matkailijoiden tavoittaminen. Myöskään paikallisten asukkaiden ääni ei aina kuulu matkailun suunnittelussa, vaikka matkailu vaikuttaa heidän arjen maisemiinsa ja virkistysmahdollisuuksiinsa. Sen sijaan on ajateltu, että viranomaisilla ja matkailuyrityksillä on riittävä ymmärrys eri ryhmien tarpeista (Bramwell & Sharman, 1999; Marzuki, Hay & James, 2012; Tuulentie & Mettiäinen, 2007). Matkailuelinkeino on kuitenkin hyvin riippuvainen sekä matkailijoiden ajatuksista ja mieltymyksistä että matkailun kehitykseen tyytyväisistä paikallisista asukkaista (Jokinen, Mettiäinen, Sippola & Tuulentie, 2009). Lapin matkailukeskuksissa etenkin kotimaiset matkailijat palaavat usein vuodesta toiseen samaan paikkaan, ja osa heistä omistaa sieltä esimerkiksi lomaosakkeen tai loma-asunnon. Tällaisten matkailijoiden paikkasuhde on usein erityisen voimakas (Oppermann, 1998; Tuulentie, 2007; Yuksel, Yuksel & Bilim, 2010). Heillä on myös paikallisten asukkaiden tapaan merkittävää käytännön tietoa alueista ja niiden käytöstä.

Tarve osallistavalle suunnittelulle ja paikkatiedolle on syntynyt kritiikin pohjalta, kun paikallisyhteisöjä ei ole otettu tarpeeksi huomioon alueiden käyttöön liittyvässä päätöksenteossa (Wood, 2010). Osallistavan paikkatiedon käsite muotoutui jo vuonna 1996 Yhdysvalloissa (National Center for..., 1996). Internet-pohjainen osallistava paikkatietojärjestelmä (*public participation geographic information systems*, PPGIS) on yksi menetelmä, jolla voidaan saada sekä matkailijoiden että paikallisten näkemykset esiin ja edistää vuorovaikutteisuutta suunnittelussa. Lisäksi näkemyksiä voidaan tutkia perinteisillä menetelmillä, kyselyillä ja haastatteluilla.

PPGIS-menetelmät tai ”osallistavat karttakyselyt” ovat yksi paikkatiedon muoto. Osallistavalla karttakyselymenetelmällä voidaan tavoittaa laaja joukko ihmisiä ja saada heidän kokemuksellista tietoaan suunnittelujärjestelmiin paikallistettuna ja visualisoituna. Virallisten suunnittelujärjestelmien kanssa ”keskustelevat” PPGIS-menetelmät ovat osoittautuneet sekä maailmalla että Suomessa hyödyllisiksi ja toimiviksi niin suunnittelussa kuin tutkimuksessa. Niitä on sovellettu jo satoihin kaupunki- ja maaseutualueisiin (McCall, 2015a, 2015b). Suomessa PPGIS-menetelmiä on hyödynnetty kaupunkien (esim. Brown & Kytä, 2013; Kahila-Tani, 2015; Kytä ym., 2018) ja matkailualueiden suunnittelussa (Kantola, Uusitalo, Nivala & Tuulentie, 2018; Pietilä, 2018; Tolvanen ym., 2014).

## Aineisto ja menetelmät

### *Tutkimusalue*

Tutkimusalueena oli Levin matkailukeskuksen alue, joka koostuu vanhasta Sirkan kylästä sekä uudemmasta matkailukeskusalueesta. Levi sijaitsee Kittilän kunnassa Länsi-Lapissa, ja matkailijamäärillä mitattuna se on yksi Barentsin alueen suurimmista matkailukeskuksista (Lapin liitto, 2015). Alueella on monia tuntuja, tärkeimpinä Levi- ja Kätkätunturit. Suurin Suomen rajojen sisällä vapaana virtaava joki, Ounasjoki, kulkee keskuksen vierestä. Sekä luontoympäristöt että palvelu- ja aktiviteettitarjonta tekevät Levistä vetovoimaisen luontomatkailukohteen. Muiden talviaktiviteetteihin keskittyvien keskusten tavoin Levin on pitänyt pyrkiä voittamaan matkailun sesonkiluonteisuus.

### *Osallistava karttakysely ja paikallisten haastattelut*

Osallistava karttakysely tarkoittaa yleensä verkkoselaimen avulla tehtävää paikkatietopohjais- ta kyselyä, jolla kerätään kokemuksellista tietoa. Paikkatieto voi koostua esimerkiksi kaikille tutuista perus- ja maastokartoista sekä niiden yhteydessä näytettävistä muista elementeistä, joiden avulla kohteiden tunnistaminen kartalla on kyselyyn vastaajille helpompaa. Menetelmää sovellettiin *Voimametsistä viherkattoihin* -hankkeessa Levin matkailualueen suunnitteluun. Karttakyselyn avulla kerättiin matkailijoiden ja paikallisten näkemyksiä heidän mielipaikoistaan, suosikkireiteistään ja kehittämistoiveistaan Levin alueella erityisesti kesämatkailun näkökul- masta. Kysely oli avoinna vuoden 2015 heinäkuusta syyskuuhun.

Karttakyselyssä käytettiin Dimenteq Oy:n kehittämää Harava-ohjelmistoa. Taustakysy- mykset koskivat vastaajien ikää, sukupuolta, matkaseuruetta, matkustamisen tapaa, matkan kestoa, vakituista asuinympäristöä sekä kesä- ja syysaktiviteetteja Levin alueella. Lisäksi kysyt-

tiin, miten vastaajat saivat tietää kyselystä. Vastaajia pyydettiin paikantamaan kartalle suosikkipaikkansa ja kertomaan, mikä niissä on erityistä ja mitä he tekevät paikoissa sekä miten paikkoja pitäisi kehittää. Myös reittien käyttöä ja toiveita uusista reiteistä kysyttiin. Suosikkipaikat otettiin huomioon Levin voimametsien verkoston luomisessa kokemuksellisenä paikkatietona.

Kyselyyn pystyi vastaamaan joko suomeksi tai englanniksi. Kyselyä mainostettiin erilaisilla kanavilla, kuten jakamalla kyselyesitettä paikan päällä Levillä erilaisissa tapahtumissa. Lisäksi kyselystä oli ilmoituksia paikallisten liikkeiden seinillä, paikallisessa sanomalehdessä ja Kittilän kunnan internetsivustolla. Tehokkaimmaksi kanavaksi osoittautui kuitenkin Facebook, jonka kautta enemmistö (65 %) vastaajista oli saanut tiedon kyselystä.

Kyselyyn saatiin kaikkiaan 235 vastausta. Karttamerkintöjen määrä vaihteli yhdestä viiteentoista vastaajaa kohti. Vastaajien keski-ikä oli 43 vuotta, ja lähes kolme neljänestä oli naisia. Vastaajista 85 % oli matkailijoita, jotka jaettiin kolmeen ryhmään: loma-asunnon omistajat (24 vastaajaa), vakituiset kävijät, jotka olivat käyneet Levillä useammin kuin kolme kertaa (37 vastaajaa), ja matkailijat, jotka olivat käyneet Levillä 1–3 kertaa (127 vastaajaa). 12 vastaajaa ei antanut tätä taustatietoa.

Ulkomaalaisia vastaajia oli vain viisi. Syitä kansainvälisiltä matkailijoilta saatujen vastausten vähyyteen voi olla monia. Ulkomaalaiset ovat usein ensikertalaisia, jolloin heille ei ole välttämättä vielä muodostunut lempipaikkaa. Heidän on voinut olla vaikeaa sijoittaa mielipaikkaansa kartalle tai aihe ei ole kiinnostanut heitä huonon paikallistuntemuksen vuoksi. On myös mahdollista, että vastauksilla ei ole uskottu olevan vaikutusta aluesuunnitteluun.

Vastaajista 13 % oli paikallisia yrittäjiä, sesonkityöntekijöitä tai paikallisia asukkaita. Koska paikallisten toimijoiden osuus jäi näin pieneksi, aineistoa täydennettiin vuonna 2016 haastattelulla. Niiden toivottiin tuottavan lisää tietoa kesämatkailun ja reittien kehittämistarpeista paikallisten näkökulmasta. Suosituksia haastateltaviksi pyydettiin aluksi Kittilän kunnalta. Lisää nimiä saatiin myös haastateltavilta itseltään. Haastatteluihin osallistui yhdeksän paikallista toimijaa, kahdeksan miestä ja yksi nainen. Heistä seitsemän oli kotoisin Kittilästä ja he kaikki tunsivat Levin pitkäältä ajalta. Viisi toimi yrittäjänä matkailualalla, mutta myös muissa ammateissa työskentelevillä oli tiivis yhteys matkailuun ja sen kehittämiseen.

Haastattelussa tiedusteltiin paikallisten toimijoiden käsityksiä muun muassa Levin kesä- ja hyvinvointimatkailun mahdollisuuksista. Lisäksi kerättiin paikkatietoa pyytämällä haastatteluun osallistuneita osoittamaan tai merkitsemään tulostetulle kartalle vetovoimaisia pitämiään paikkoja ja reittejä. Karttamerkinnet digitoitiin paikkatietoanalyysiä varten haastattelun jälkeen. Näin ne otettiin huomioon voimametsien verkoston luomisessa osallistavaa karttakyselyä täydentävänä kokemuksellisenä paikkatietona. Haastateltavia pyydettiin myös kertomaan paikkojen erityisluonteesta ja antamaan kehittämisehdotuksia uusista matkailupalveluista ja reiteistä erilaisten kesäaktiviteettien ja kesämatkailijoiden näkökulmista.

### ***"Hot spottien" tunnistaminen: matkailijoilta ja paikallisilta toimijoilta kerätyn tiedon yhdistäminen ekologiseen tietoon***

Osallistavasta karttakyselystä ja haastatteluista saatuun kokemukselliseen tietoon matkailijoiden miellyttävänä pitämistä paikoista yhdistettiin Levin alueen luonnosta kerättyä ekologista

tietoa. Yhdistettyä tietoa hyödynnettiin voimametsien verkoston luomisessa. Kittilän kunnan vuonna 2008 laatimasta Levin matkailumaiseman ja maankäytön kehittämissuunnitelmasta poimittiin aluksi arvokkaita maisema- ja metsälälikohteita sekä Natura-alueita (myös laajoja suoalueita). Tätä ekologista tietoa täydennettiin mallintamalla vanhan metsän lajistolle tärkeitä elinympäristöjä niille tyypillisen lajin eli indikaattorilajin avulla. Tällaisten ”kuukkelimetsien” sijainnit saatiin Luonnonvarakeskuksen (Luke) laatimasta viherkäytävämallinnuksesta (Uusitalo, Huhta & Nivala, 2018). Ekologiseen tietoon sisällytettiin myös sellaiset luontotyytit, joita ihmiset arvostavat maisemapreferenssitutkimusten perusteella ja jotka ovat siten luontoelämysten kannalta tärkeitä. Tällaisia ovat esimerkiksi vesistöalueet. Koska marjastus ja sienestys ovat tärkeä osa luonnon virkistyskäyttöä (Sievänen & Neuvonen, 2014), mukaan otettiin myös hyvät mustikka- ja sienipaikat Tiedot hyvistä mustikkapaikoista saatiin Lukessa kehitetyn, monilähteistä valtakunnan metsien inventointitietoa (MVM) hyödyntävän marjasatomallin tuloksista. Sienipaikkojen tunnistamisessa hyödynnettiin Geologian tutkimuskeskuksen (GTK) pintamaalajitietoja. Tiedot niittyjen esiintymisestä poimittiin Maanmittauslaitoksen (MML) tietokannasta.

Seuraavaksi ekologisesta ja kokemuksellisesta (sosiaalisesta) paikkatiedosta koottiin teemakarttoja paikkatieto-ohjelmassa (ArcGIS for Desktop v10). Ensiksi matkailijoiden kartalle merkitsemistä mielipaikoista muodostettiin keskittymiä. Samaan teemakarttaan koottiin paikallisten toimijoiden haastatteluissa mainitsevat vetovoimaiset, mutta kesämatkailussa alihyödynnetyt, paikat ja alueet. Tähän teemakarttaan tiivistyi siis georeferoitu kokemustieto. Lisäksi muodostettiin kolme muuta karttaa, jotka sisälsivät ekologista tietoa eri tavoin teemoitettuna. Yhdessä niistä esitettiin vanhan metsän lajiston suosimat elinympäristöt. Siihen yhdistettiin myös Levin matkailumaisemaselvityksestä alueet, jonne matkailurakentamista ei suositella (Suunnittelukeskus, 2006), sekä tieto Natura- ja muista arvokkaiksi määritellyistä luontoalueista. Parhaat marja- ja sienimaista sekä niitty- ja peltoalueista muodostettiin erillinen ”tuotantoalueiden” teemakartta. Viimeiseen eli neljänteen karttaan merkittiin alueet, joista näkee keskimääräistä enemmän arvostettuja maisemia. Teemakartoista muodostettiin neljä päätietokerrosta, joita tarkasteltiin päällekkäin paikkatieto-ohjelmassa. Tavoitteena oli tunnistaa *hot spotteja*, joissa matkailijoille mieluisat alueet leikkaavat muille teemakartoille merkittviä, luontoelämysten tai muun hyvinvoinnin lähteiksi nähtyjä, alueita. Hot spotit siis koetaan miellyttäväksi, ja lisäksi ne ovat maisemallisesti rikkaita, hyviä metsämarja-, metsäsieni- tai villiyrttipaikkoja tai elinympäristöjä, joiden lajisto on poikkeuksellisen monipuolinen.

## Käyttäjiltä tukea reittiverkoston kehittämiselle

### *Matkailijoiden mielipaikat ja -reitit*

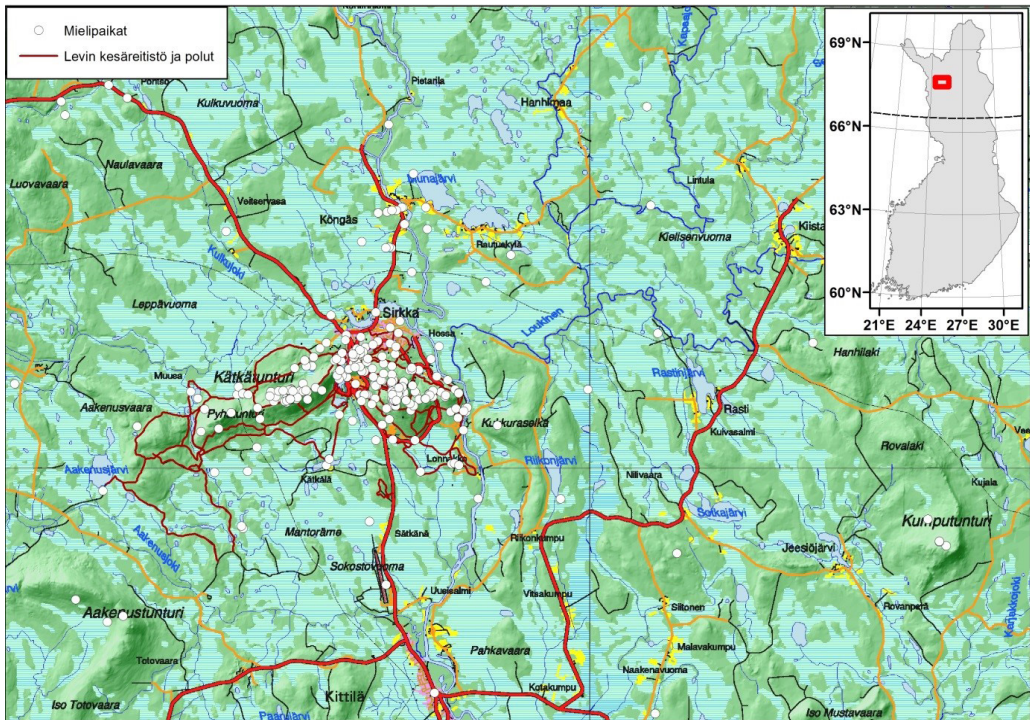
Mielipaikkoja oli kartoille merkitty kaikkiaan 299 kappaletta (kuva 1). Niihin sisältyi sekä erämaisia alueita (24 merkintää), paikkoja Sirkan kylän alueelta (26 merkintää) että tunturin huippu, josta avautuva näköala oli erityisen tärkeä (60 merkintää). Kaikissa näissä paikoissa, myös tiiviisti rakennetulla alueella, luonnollisuus ja luonnon läheisyys olivat vastaajille tärkeitä asioita.



Suhteellisen erämaisen Kätkätunturin laki liittyy vastaajien mielissä luonnonmaisemaan, vaeltamiseen, luontoon yleensä sekä hyvään saavutettavuuteen. Kätkätunturi on noin 500 metriä korkea ja sijaitsee lähellä Immeljärveä ja Levi-keskusta. Levitunturiin verrattuna Kätkä on erämaisempaa aluetta, koska siellä ei ole rakennelmia. Merkittäviä reittejä pitkin tunturi on hyvin saavutettavissa päivävaelluksillakin.

Sirkan kylää koskevat merkinnät osoittavat, että monet mielipaikat sijaitsivat hyvin lähellä matkailukeskuksen rakennettua aluetta tai jopa sen sisällä. Kaikkein myönteisimmät arviot koskivat Immeljärveä, Levi-keskuksen palveluita ja keskuksen lähiluontoa. Levitunturin huippua puolestaan arvostettiin näkymien vuoksi sekä 600 metriä pitkän huipulle johtavan reitin ja hyvän saavutettavuuden ansiosta.

Mielipaikkakeskittymien lisäksi tunnistettiin monia erillisiä, vähemmän käytetyillä alueilla sijaitsevia mielipaikkoja (106 merkintää). Muun muassa Levi-keskuksen tuntumassa olevia jokia pidettiin tärkeinä. Joille ja jokien tuntumaan sopivat vastaajien mielestä melonta, kalastus, leiriytyminen ja kävely. Myös suoalueet nousivat esiin mielipaikkoina. Yhdessä kommentissa todettiin, että suo on hieno nimenomaan maiseman kannalta: tunturi näkyy aavalta suolta hienosti. Revontulien valokuvaaminen, geokätköily ja frisbeegolf ovat esimerkkejä uudentalaisista toiminnoista mielipaikoissa. Luontokohteiden lisäksi mainittiin myös eräitä kulttuurisia paikkoja, kuten esimerkiksi Kirkkokuusikko, joka vastaajan mukaan on Lapin ensimmäisen kirkon paikka.



Kuva 1. Vastaajien mielipaikat Levillä. (Kuva: Vesa Nivala/Luke)

Suosituimpia reittejä olivat lähellä Levi-keskusta kulkevat Levitunturin laidan reitit sekä Kätkätunturin huipulle johtava reitti ja Kätkän reunaan mukaileva Kätkänkierroksen pohjoinen osa. Kaiken kaikkiaan runsaimmin käytetyt reitit ovat näiden kahden tunturin alueella, melko lähellä Levi-keskusta.

Varsinaisia uusia reittiehdotuksia karttakyselyssä mainittiin vain neljä. Niistä kolme koski vesistöjen käyttöä. Yhdessä toivottiin kalastusreittiä siltoineen ja laitureineen Levi-joen varteen ja toisessa vastaavaa Ounasjoen varteen. Kolmas vastaaja toivoi liikuntarajoitteisillekin sopivaa jokijotosta lähelle keskustaa. Yksi ehdotus koski erämaamaiseman ja suoluonnon tavoittamisen mahdollistavia reittejä.

Kehittämideoita esitti noin neljännes vastaajista (53 henkilöä). Ideoita esitettiin kaikkiaan 86, ja ne kohdistuivat enemmän Levitunturin ympäristöön (60) kuin Levi-keskukseen (26). Suuri osa ehdotuksista koski reittimerkintöjä (24) Kätkätunturilla ja Levitunturilla. Myös talouksen seurauksena syntyneiden eroosioaurioiden korjaaminen mainittiin usein (18). Lisäksi joidenkin paikkojen katsottiin tarvitsevan kasvillisuuden kunnostusta tai uutta kasvillisuutta. Reittien varteen kaivattiin palveluita (18) etenkin Levi-keskuksen tuntumassa oleville rakennetuille alueille. Myös saavutettavuuden parantamiseksi ehdotuksia (17) oli merkitty eri puolille kyselyn aluetta. Merkillepantavaa on, että sellaisia paikkoja, jonne ei haluttu mitään muutosta, oli enemmän (63) kuin kehittämiskohteita. Näistä suurin osa sijaitsi Levitunturin huipulla ja Kätkätunturin alueella.

Kyselyn avoimissa vastauksissa melonta ja soutu nousivat esiin kiinnostavina kesätoimintoina. Niihin – kuten muuhunkin vesistöjen käyttöön ja saavutettavuuteen – olisi siis hyvä panostaa nykyistä enemmän. Myös esimerkiksi julkisia savusaunoja kaivattiin lisää. Reitteihin toivottiin vaihtelevuutta ja päivämatoille sopivia pituuksia. Kritiikkiä sai reittien tasaisuus ja tylsyys.

### **Paikallisten toimijoiden ideat kesämatkailun ja reittien kehittämiseen**

Paikallisten toimijoiden näkökulmasta kesämatkailu Levillä on edelleen omatoimimatkailua ja kesämatkailijat ovat pääasiassa ohikulkumatkalla. Alueella on tehty paljon työtä kesän vetovoiman kehittämiseksi, mutta uusia ideoita tarvitaan yhä. Haastateltavat arvelivat, että yleinen luontomatkailetrendi voi lisätä myös Levin suosiota kesäkohteena.

Yksi haastateltava kaipasi enemmän informaatiota kesällä tarjolla olevista mahdollisuuksista sekä ainakin viittä selkeästi markkinoitavaa kohdetta: pieniä yksinkertaisia asioita, joita markkinoidaan kunnolla. Toisto ja yhteistyö ovat hänen mukaansa markkinoinnissa tärkeitä. Hän totesi, että tarvitaan ”se jokin, millä turistit saadaan tänne”. Moottorikelkkailu on talven tärkein tuote, mutta kesän kärkituote näyttää puuttuvan. Maastopyöräilyn suosio kasvaa, ja sen mahdollisuuksiin uskottiin jonkin verran. Monia muitakin ideoita esitettiin.

Haastateltavat toivoivat vesistöjen parempaa hyödyntämistä. Joet ja järvet koettiin tärkeäksi kesäisen luonnon elementiksi, mutta jokia ei ole matkailullisesti paljontaan hyödynnetty. Etenkin melojien lisääntynyt määrä oli havaittu, ja keskuksen läpi virtaavan Ounasjoen yläjuoksun saavutettavuutta haluttiin parantaa. Tärkeänä pidettiin kohteiden aukioloa myös kesällä ja ohjatun toiminnan lisäämistä. Polkupyörävuokrausta pidettiin hyvänä uutuutena.

Monia muitakin ideoita esitettiin. Marja- ja sieniretkissä sekä kasvi- ja linturetkissä nähtiin potentiaalia, samoin luontomatkailun ja hyvinvointituotteiden ja erilaisten hoitojen yhdistämisessä. Matkailukeskuksen ympäristössä on haastateltavien mukaan monia kohteita, joiden hyödyntäminen matkailussa on ollut vähäistä. Tällaisia olivat muun muassa linturetkille sopivat suokohteet sekä lähistön tunturit ja pienet joet.

Kun haastateltavilta kysyttiin, miten laajaksi he hahmottavat Levin matkailualueen, osa näki matkailualueena jopa koko Pohjoiskalotin, ja he olivatkin ulottaneet yritystoimintansa laajalle alueelle. Matkailijasegmenteittäin nähtiin eroja: Levi vetää massoja, mutta pienemmille ryhmille tarjotaan koko Kalotin kohteita Jäämerta myöten. Päiväkäynnit ovat mahdollisia laajalle alueelle ja yöpymisen sisältävät retket vieläkin laajemmalle. Osa rajasi alueen tiukemmin: heidän mielestään Levi on suunniteltu niin, että toiminta keskittyy Levitunturin ympärille, ja matkailu on hyvin kyläkeskeistä. Yksi vastaajista totesi, että talvella matkailu keskittyy Levin keskustaan, kesällä laajemmalle alueelle, mikä tulisi ottaa huomioon reittiverkoston kehittämisessä.

Kysyttäessä Levin reiteistä useimmat vastaajat totesivat ensimmäiseksi, että nykyinen reitiverkosto on hyvä. Esimerkiksi esteetöntä reittiä Levin huipulle kiitettiin, samoin luonnontilaista polkua Kätkätunturiin. Reittien ja reittiopastusten kohentamista kuitenkin kaivattiin. Reittejä pitäisin haastateltavien mielestä päivittää uudesta näkökulmasta: lisätä laavuja ja opastuksia ja kertoa paremmin, mitä kaikkea reitin varrelta löytyy.

Reittejä kaivattiin etenkin helpottamaan vesistö- ja suoalueille pääsyä. Vesistöjen käyttöön toivottiin muutenkin lisää mahdollisuuksia ja palveluja, kuten uimaranta ja venelossi. Myös yleisiä rantautumispaikkoja vesille voisi olla enemmän, samoin veneenlaskupaikkoja, jotka edistäisivät kanoottimatkailua.

Esteettämiä reittejä lapsiperheille ja muille tarvitseville toivottiin nykyistä enemmän. Jotkut haastateltavista kaipasivat lyhyttä, mielenkiintoista ja lähellä sijaitsevaa opastettua reittiä. Opastekylteissä voisi olla tietoa peräpohjalaisuudesta, paikallisia tarinoita sekä tietoa eläimistä ja kasveista. Päiväretkeily on yleisesti ottaen lisääntymässä, ja siihen tarvitaan lyhyempiä reittejä. Pyöräilyharrastuksen suosio kasvaa koko ajan. Uutta Ylläksen ja Levin välistä maastopyöräreittiä kiitettiin, mutta lisää vastaavanlaisia reittejä toivottiin. Myös rengasreittejä kaivattiin lisää, samoin reittejä lähituntureihin niin, että ei keskityttäisi vain Levitunturiin.

### **Mielipaikat voimametsien verkostoon**

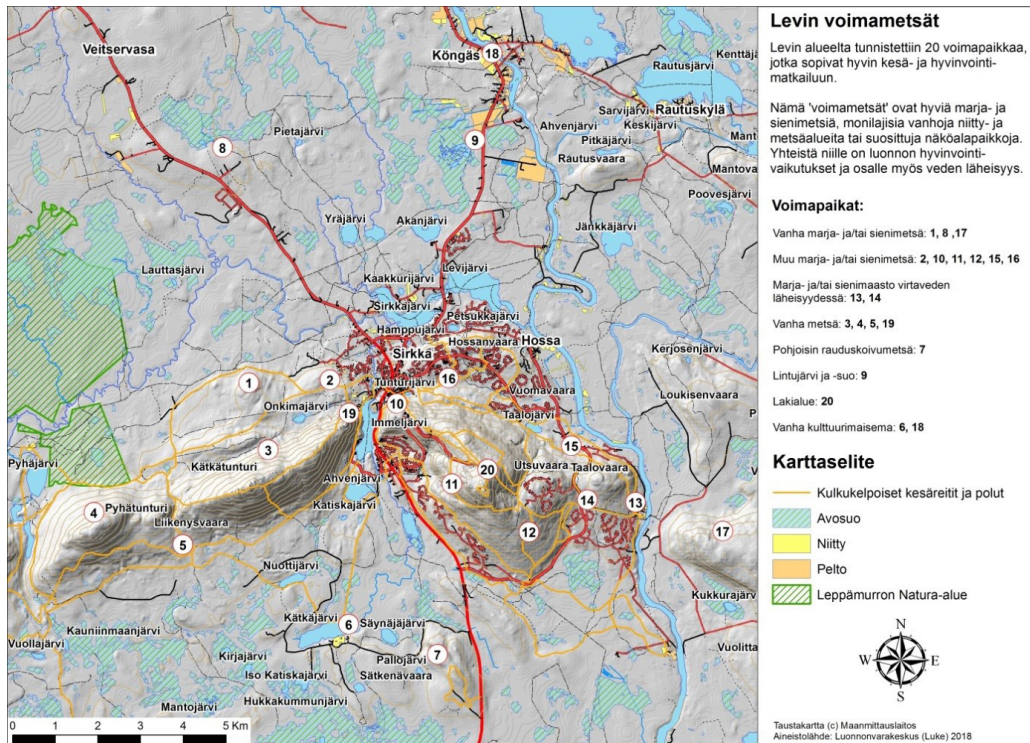
Kokemuksellisen ja ekologisen tiedon yhdistämisestä syntyi kaksikymmentä hot spottia. Ne ryhmiteltiin, ja lopputuloksena syntyi kahdeksan erityyppistä aluetta, joista muodostuu Levin voimametsien verkosto ja joiden hyödyntämistä kesä- ja hyvinvointimatkailussa suositellaan lisääväksi (kuva 2). Alueet sijoittuvat pääasiassa lähituntureiden ympäristöön, jossa on eniten matkailijoiden mielipaikkakeskittymiä, mutta voimametsiä löytyy myös kauempana tunturi-alueista. Uhanalaisten lajien (Rassi, Hyvärinen, Juslén & Mannerkoski, 2010) esiintymien sijain- ti ja maanomistusolot huomioitiin alueita valittaessa.

Tarkasteltaessa voimametsien saavutettavuutta nykyisen retkeilyreitiverkoston avulla huomattiin, että lumettoman ajan reitit eivät ulotu Levin keskustasta seuraaville voimametsäalueille: Könkäälle (18), Sätkenävaaraan (7), Veikasenmaalle (8), Akanrimmelle (9) ja Kukkuravaaraan



(17). Nämä alueet sijaitsevat 5–10 kilometrin säteellä Levin keskustasta ja ovat Kukkuraselkää lukuun ottamatta kantateiden varrella. Alueilla on hyviä marja- ja sienimetsiä tai sellaista luontoa ja ympäristöä, jota ei löydy Levin keskustan tuntumasta (esimerkiksi vanha kylämiljö ja avosuo). Paikallisten toimijoiden näkemykset kesämatkailualueen laajuudesta tukevat näiden voimametsien liittämistä osaksi Levin matkailualueen ja retkeilyreittiverkoston kehittämistä.

Aiempi Levin reittiverkoston analyysi osoitti, että suurin osa kesäreiteistä sijaitsee mäntykankailla tai korvissa, ja niiden varrella on paljon vanhoja metsiä. Matkailijoiden on siis helpo päästä kosketukseen ”erämaisen” luonnon kanssa jo rakennetun alueen lähiympäristössä. Samassa tarkastelussa Levi alue jaettiin kolmeen vyöhykkeeseen: rakennettu alue, lähiluonto ja ”takamaa”. Laki-, suo- ja vesistöalueita on lähireittien (1 500 metrin säteellä rakennetuista alueista) varrella vähän verrattuna näiden maisematyyppien vallitsevuuteen alueella. (Uusitalo ym., 2018.)



Kuva 2. Levin voimametsien verkosto. (Kuva: Vesa Nivala/Luke)



## Pohdinta ja johtopäätökset

Osallistavalla karttakyselyllä kerättiin Levin lumettoman ajan matkailijoiden kokemuksia matkailukeskuksen luontopaikoista ja reittiverkostosta sekä koordinaatistoon asemoituna (georeferoituna) että kuvailevana tietona. Matkailijoiden kokemustietoa täydennettiin paikallisten toimijoiden kokemustiedolla käyttäen perinteistä teemahaastattelua. Haastateltujen näkemykset olivat pitkälti samansuuntaisia, koska heillä kaikilla oli sidoksia matkailuun. Kokemukselliset tiedot sisällytettiin voimametsien verkostoon, joka luotiin matkailukeskuksen maankäytön, reittien ja palvelutuotteiden suunnittelun välineeksi. Sen pohjalta Levin alueen kesä- ja hyvinvointimatkailua voidaan kehittää erityisesti kotimaisten asiakkaiden tarpeita ajatellen.

Koska matkailussa on pitkälti kysymys paikkojen tuotteistamisesta asiakastarpeisiin, osallistava karttakysely, jossa matkailijoiden tarpeita paikannetaan, on hyvä menetelmä tiedon keruuseen alueidenkäytön suunnittelua varten. PPGIS-menetelmällä on mahdollista tavoittaa suuri määrä asiakkaita ja saada näin esille uusia näkökulmia. Sosiaalisen median eli facebookin kautta markkinoitu karttakysely tavoitti myös sellaisia ihmisiä, joilla oli vahvaa paikkatuntemusta ja omakohtaista kokemusta alueesta mutta jotka eivät kyselyn tekohetkellä olleet paikan päällä ja joita olisi ollut vaikeaa, jopa mahdotonta, tavoittaa postikyselyllä. Menetelmän avulla voidaan rohkaista osallistumaan myös sellaisia ihmisiä, jotka eivät ehkä halua muiden kuullen kertoa mielipiteitään. Toisaalta on vaikeaa arvioida, miten hyvin vastaajat edustavat alueen käyttäjiä esimerkiksi tietynä ajankohtana. Toteutettuun PPGIS-kyselyyn pystyivät vastamaan myös Levillä vain talvisin vierailevat matkailijat. (Kantola ym., 2018.)

Kartta, jossa tieto esitetään analysoituna ja paikkamuodossa, on vahva visuaalinen tiedon välittämisen ja tiivistämisen keino. Menetelmällä tehdään näkyväksi kokemustietoa. Karttakyselyjen toteuttaminen vaatii kuitenkin aikaa ja rahaa. Lisäksi on tärkeää pohtia, miten käyttäjätietoon suhtaudutaan ja miten se nähdään poliittisessa päätöksenteossa, jota maankäytön suunnittelu pitkälti on (Faehnle, Bäcklund, Tyrväinen, Niemelä & Yli-Pelkonen 2014). Matkailijoiden ääntä alueiden suunnittelussa tulisi kuunnella aidosti (ks. Hall & Lew, 2009) ja osoittaa näin, että heitä pidetään arvokkaina vieraina, joiden mielipiteillä on väliä.

Kokemustietoa hyödyntänyt voimametsätarkastelu muistuttaakin siitä, että on olemassa erilaisia menetelmiä, joilla osallis- ja käyttäjäryhmien näkemykset voidaan ottaa huomioon matkailun alue- ja reittisuunnittelussa (Newsome, Moore & Dowling, 2002). Yleensä suunnittelussa korostuu kuntien, matkailuyrittäjien ja maanomistajien Ulkoilulakiin kirjattu rooli. PPGIS-kysely ja haastattelut osoittivat, että paikallisilla käyttäjillä ja matkailijoilla on paljon arvokkaita näkemyksiä ja tietoa siitä, millainen on hyvä reittiverkosto.

Voimametsäverkoston luominen, kysely ja haastattelut paljastivat, että Levin retkeilyreitistöä voisi edelleen kehittää kesä- ja hyvinvointimatkailijoita ajatellen, vaikka matkailijat ja paikalliset toimivat olivatkin pääosin tyytyväisiä nykyisiin monikäyttöreitteihin. Reiteillä pääsee helposti kosketukseen luonnon kanssa jo aivan matkailukeskuksen tarjoamien palvelujen lähellä. Sekä matkailijat että paikalliset toimijat arvostivat sitä, että luonnontilaisilta tai erämaisilta tuntuvat paikat tai näköalat ovat hyvin saavutettavissa lähireittiverkostoa pitkin.

Kesämatkailijat toivoivat enemmän vaihtelua Levin reittien pituuteen ja reittiympäristöihin, vaikka nykyreitit tarjoavatkin paljon mahdollisuuksia elvyttäviin ”metsäkylpyihin” (ks. Li,

2009). Erityisesti toivottiin lisää päiväreittejä. Myös liikuntarajoitteisille suunnattuja reittejä kaivattiin. Tulokset tukevat muun muassa Bellin (2008) esittämiä näkemyksiä vaihtelun ja esteettömyyden tärkeydestä ulkoilureittien suunnittelussa.

Matkailijat kaipaavat Leville suoluonto- ja vesistöreittejä. Aiempi Levin reittianalyysi (Uusitalo ym., 2018) ja paikallisten toimijoiden haastattelut vahvistavat näkemystä niiden tarpeesta. Matkailijoiden mainitsivat myös erilaisia kesäaktiviteetteja, esimerkiksi pyöräilyn. Uudet teemalliset reitit voisivat parhaimmillaan vähentää monikäyttöreittiin liittyviä konflikteja (mm. Beeton, 2006; Cessford, 2003) ja palvella erilaisia teemaretkiä (esimerkiksi linturetkiä). Konflikteja voi vähentää myös matkailijoiden ja paikallisten toimijoiden toivoma reittiopasteiden lisääminen.

Levin alueella on halua ja hyväksyntää kesäreittien kehittämiseksi ja tuotteistamiselle sekä omatoimimatkailijoita että pakettimatkailijoita varten. Paikallisilla toimijoilla oli monenlaisia tuotteistamisideoita, jotka noudattelevat pitkälti matkailijoiden ilmaisemia toiveita ja tarpeita. Paikalliset toimivat osoittivat muun muassa mahdollisia rantautumispaikkoja ja pohtivat niihin tarvittavaa infrastruktuuria, kuten laavuja ja opasteita, ehdottivat rengasreittejä ja pyörävuokrausta sekä palveluja teemamatkailuun, esimerkiksi opastettuja marjastus-, sienestys-, kasvi- ja linturetkiä. Uudet reitit joki- ja suoalueille sekä lähireittiverkoston kehittäminen teemojen ja tarinoiden avulla monipuolistavat lumettoman ajan tarjontaa. Matkailijat eivät halunneet muutosta luonnontilaiseksi kokemaansa luontoon. Tämä toive koski erityisesti Kätkätunturia. Myös nämä toiveet on hyvä muistaa matkailualueen suunniteltaessa. Levin nykyistä reittiverkostoa kannattaisi ensisijaisesti kehittää teemoittamalla nykyisiä reittejä ja keskittämällä uudet reitit ja rakenteet mahdollisuuksien mukaan Levitunturin puolelle jo rakennetuille alueille, missä on myös paljon matkailijoiden mielipaikkoja. Uusien reittien linjauksessa tulisi pyrkiä mahdollisimman lyhyisiin ”pistoihin” ja hyödyntää epävirallista polkuverkostoa, koska uudet reitit voivat aiheuttaa kulumisvaurioita tai häiriötä eläinlajeille (Tolvanen & Kangas, 2016). Nämä ohjeet ovat monen kestävää reittisuunnittelua koskevan oppaan tärkeimpiä periaatteita (esim. Department of Conservation and Recreation, 2014).

Matkailijat kiinnittivät huomiota reittien kulumiseen, ja reittien ympäristönhoitoon kaivattiin panostusta. Näyttää siis siltä, matkailijat kaipaavat luonnonläheisyyttä ja kesällä jopa parempaa ympäristönlaatua kuin talvella, koska kesällä ei ole lunta peittämässä ongelmapaikkoja. Luonnon ja maisemien merkitys matkailijoiden luontoelämyksille on osoitettu lukuisissa matkailututkimuksissa, joten tieto ei yllätä. Esimerkiksi Lapin luontomatkaillukeskusten maankäyttöä tarkastelleiden tutkimusten mukaan keskuksen lähiympäristön laatu vaikuttaa muun muassa matkailijoiden loma-asumispreferensseihin ja siihen, miten luonnonläheisenä vierailija näkee matkailualueen (ks. Uusitalo, 2017).

Suurin osa matkailijoiden mainitsemista lempipaikoista tuli mukaan Levin voimametsien verkostoon. Lisäksi monet ehdotetut ”uudet” kohteet löytyivät verkostosta, johon *Voimametsistä viherkattoihin* -hankkeen järjestämissä yritystyöpajoissa alettiin kehittää kesäaktiviteetti- ja hyvinvointituotteita. Tällaiset tuotteet perustuvat aina toimintakykyisten ekosysteemien tuottamiin palveluihin. Näin ollen voimametsät eivät ole irrallisia luontokohteita, vaan voimametsistä muodostuva luontoalueiden verkosto on osa matkaillukeskuksen viherrakennetta, jossa voima-

metsät kytkeytyvät toisiinsa viherväylien välityksellä. Viherrakenne tukee eliölajien, materiaalien (esimerkiksi ravinteiden) ja energian liikettä ekosysteemien välillä. Kun prosessit toimivat, luonto kykenee palautumaan paremmin matkailun aiheuttamista muutoksista. (Uusitalo, 2017.) Tällaista kokonaisvaltaista maankäytön tarkastelua, johon reittiverkoston kehittäminenkin si-  
dotaan, puoltaa myös paikallisten toimijoiden näkemys siitä, ettei kesämatkailua tulisi rajata matkailukeskuksen alueelle.

## Lähteet

- Amelung, B., Nicholls, S. & Viner, D. (2007). Implications of global climate change for tourism flows and seasonality. *Journal of Travel Research*, 45, 285–296.  
<https://doi.org/10.1177/0047287506295937>
- Baum, T. & Hagen, L. (1999). Responses to seasonality: The experiences of peripheral destinations. *The International Journal of Tourism Research*, 1, 299–312.
- Beeton, S. (2006). Sustainable tourism in practice: Trails and tourism. Critical management issues of multi-use trails. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3(1), 47–64.  
<https://doi.org/10.1080/14790530600727227>
- Bell, S. (2008). *Design for outdoor recreation* (2. painos). New York: Taylor & Francis.
- Bramwell, B. & Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of Tourism Research*, 26, 392–415. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00105-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00105-4)
- Brown, G. & M. Kytä (2014). Key issues and research priorities for public participation GIS (PPGIS): A synthesis based on empirical research. *Applied Geography*, 46, 122–136.  
<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2013.11.004>
- Butler, R. (2001). Seasonality in tourism: Issued and implications. Teoksessa T. Baum & S. Lundtorp (toim.), *Seasonality in tourism* (s. 5–23). Oxford: Elsevier.
- Cessford, G. (2003). Perception and reality of conflict: Walkers and mountain bikes on the Queen Charlotte Track in New Zealand. *Nature Conservation*, 11, 301–316.  
<https://doi.org/10.1078/1617-1381-00062>
- Department of Conservation and Recreation (2014). Trails guidelines and best practices manual. <http://atfiles.org/files/pdf/MA-Trails-Guidelines-Best-Practices.pdf>
- Engeset, M. G., Velvin, J., Richins, H. & Hull, J. S. (2016). From winter destination to all-year-round tourism: How focus on service can reduce fluctuation in demand due to seasonality. Teoksessa H. Richins & J. S. Hull (toim.), *Mountain tourism: Experiences, communities, environments and sustainable futures* (s. 79–87). Wallingford: Cabi.
- Faehnle, M., Bäcklund, P., Tyrväinen, L., Niemelä, J. & Yli-Pelkonen, V. (2014). How can residents' experiences inform planning of urban green infrastructure? Case Finland. *Landscape and Urban Planning*, 130, 171–183. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.07.012>

- Global Wellness Institute (2014). *The global wellness tourism economy: Executive Summary*. October 2013. [https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/wellness\\_tourism\\_economy\\_exec\\_sum\\_final\\_10022013.pdf](https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/wellness_tourism_economy_exec_sum_final_10022013.pdf)
- Hakkarainen, M. (2009). Matkailu maaseudun uutena työnä. Teoksessa S. Tuulentie (toim.), *Turisti tulee kylään: Matkailukeskukset ja lappilainen arki* (s. 132–159). Jyväskylä: Minerva.
- Hall, C. M. & Lew, A. A. (2009). Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach. London: Routledge.
- Hartig, T., Evans, G. W., Jamner, L. D., Davis, D. S. & Tommy, G. (2003). Tracking restoration in natural and urban field settings. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(02\)00109-3](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(02)00109-3)
- Jokinen, M., Mettiäinen, I., Sippola, S. & Tuulentie, S. (2009). Sosiaalinen kestävyys muuttuvissa matkailukylissä: Paikallisia näkemyksiä kehityksestä. Teoksessa S. Tuulentie (toim.), *Turisti tulee kylään: Matkailukeskukset ja lappilainen arki* (s. 60–85). Jyväskylä: Gummerus.
- Jones, T., Beeton, S. & Cooper, M. (2018). World heritage listing as a catalyst for collaboration: Can Mount Fuji's trail signs point the way for Japan's multi-purpose national parks? *Journal of Eco-tourism*, 17, 220–238. <https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1503769>
- Kahila-Tani, M. (2015). *Reshaping the planning process using local experiences: Utilising PPGIS in participatory urban planning*. (Aalto University publication series, doctoral dissertations, 223/2015.)
- Kantola, S., Uusitalo, M., Nivala, V. & Tuulentie, S. (2018). Tourism resort users' participation in planning: Testing the public participation geographic information system method in Levi, Finnish Lapland. *Tourism Management Perspectives*, 27, 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.001>
- Koenig-Lewis, N. & Bischoff, E. E. (2010). Developing effective strategies for tackling seasonality in the tourism industry. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7, 395–413. <https://doi.org/10.1080/1479053X.2010.520466>
- Konu, H., Tyrväinen, L., Pesonen, J., Tuulentie, S., Pasanen, K. & Tuohino, A. (2017). *Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – Kirjallisuuskatsaus*. (Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 45/2017.)
- Kyttä, M., Oliver, M., Ikeda, E., Ahmadi, Ichiro, O. & Laatikainen, T. (2018). Children as urbanites: Mapping the affordances and behavior settings of urban environments for Finnish and Japanese children. *Children's Geographies*, 16, 319–332. <https://doi.org/10.1080/14733285.2018.1453923>
- Lapin liitto (2015). Lapin matkailustrategia 2015–2018. Rovaniemi. [http://www.lappi.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=2265071&name=DLFE-25498.pdf](http://www.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=2265071&name=DLFE-25498.pdf)
- Lee, D.-J., Kruger, S., Whang, M.-J., Uysal, M. & Sirgy, M. J. (2014). Validating a customer well-being index related to natural wildlife tourism. *Tourism Management*, 45, 171–180. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.04.002>
- Li, Q. (2009). Effect of forest bathing trips on human immune function. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 15, 9–17. <https://doi.org/10.1007/s12199-008-0068-3>

- Lucas, R.C. (1990). The wilderness experience and managing the factors that influence it. Teoksessa J. C. Hendee, G. H. Satnkey & R. C. Lucas (toim.), *Wilderness management* (s. 469–499). Golden, CO: North America Press.
- Lundtorp, S., Rassing, C. R. & Wanhill, S. (1999). Off-season is no season: The case of Bornholm. Teoksessa T. Baum & S. Lundtorp (toim.), *Seasonality in tourism* (s. 89–108). Amsterdam: Pergamon
- Marion, J. L. & Wimpley, J. (2017). Assessing the influence of sustainable trail design and maintenance on soil loss. *Journal of Environmental Management*, 189, 46–57. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.11.074>
- Marzuki, A., Hay, I. & James, J. (2012). Public participation shortcomings in tourism planning: The case of the Langkawi Islands, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20, 585–602. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.638384>
- McCall, M. (2015a). Applying PGIS and participatory mapping to participatory understanding and management of (rural) space, utilising local spatial knowledge. A bibliography.
- McCall, M. (2015b) (b) Urban PGIS: PGIS, PPGIS, Participatory Mapping in the Urban Context utilising Local Spatial Knowledge. A Bibliography.
- Müller, D. K. & Jansson, B. (2007). The difficult business of making pleasure peripheries prosperous: perspectives on space, place and environment. Teoksessa: D. K. Müller & B. Jansson (toim.), *Tourism in peripheries: Perspectives from the far north and south* (s. 3–18), Cabi, Oxfordshire.
- National Center for Geographic Information and Analysis (1996). GIS and society: The social implications of how people, space, and environment are represented in GIS. (Scientific Report for the Initiative 19, Specialist Meeting Report # 96-7.)
- Newsome, D., Moore, S. A. & Dowling, R. (2002). *Natural area tourism: Ecology, impacts and management*. Clevedon, Somerset: Channel View Publications.
- Ochiai H., Ikei, H., Song, C., Kobayashi, M., Miura, T., Kagawa, T., Li, Q., Kumeda, S., Imai, M. & Miyazaki, Y. (2015). Physiological and psychological effects of a forest therapy program on middle-aged females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12, 15222–15232. <https://doi.org/10.3390/ijerph121214984>
- Oppermann, M. (1998). Destination threshold potential and the law of repeat visitation. *Journal of Travel Research*, 37, 131–137.
- Pegg, S., Patterson, I. & Gariddo, P. V. (2012). The impact of seasonality on tourism and hospitality operations in the alpine region of New South Wales, Australia. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 659–666. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.001>
- Pietilä, M. (2018). A spatial perspective of visitor experiences in national parks. *Nordia Geographical Publications*, 47(4), 50.
- Rassi, P., Hyvärinen, E., Juslén, A. & Mannerkoski, I. (toim.) (2010). *Suomen lajien uhanalaisuus – Punainen kirja 2010*. Helsinki: Ympäristöministeriö & Suomen ympäristökeskus.
- Scott, D. & McBoyle, G. (2007). Climate change adaptation in the ski industry. *Mitigation and Adaption Strategies of Global Change*, 12, 1411–1431. <https://doi.org/10.1007/s11027-006-9071-4>
- Sievänen, T. & Neuvonen, M. (2014) Miten suomalaiset virkistäytyvät luonnossa? Teoksessa: L. Tyrväinen, T. Sievänen, S. Tuulentie & M. Kurttila (toim.), *Hyvinvointia metsästä* (s. 21–35). Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura.
- Suunnittelukeskus (2006). Levin ympäristön ja matkailumaiseman maankäytön kehittäminen. Matkailumaisemaselvitys.



- Suunnittelukeskus (2008). Levin ympäristön matkailumaiseman ja maankäytön kehittäminen. Raporttisarja osa 4. Kittilän kunta.
- TEM (2015). *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun.* (TEM raportteja 2/2015.) Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Tolvanen, A. & Kangas, K. (2016). Tourism, biodiversity and protected areas – Review from northern Fennoscandia. *Journal of Environmental Management*, 169, 58–66.  
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.12.011>
- Tolvanen, A., Kangas, K., Vendelin, I., Huhta, E., Hytönen, M., Jäkäläniemi, A., Kyttä, M., Nikula, A., Nivala, V., Tarvainen, O., Tuulentie, S. & Tyrväinen, L. (2014). *Vaaka punnitsee, arvottaa, tasapainottaa – toimintamalli Vaara-Kainuun matkailualueiden suunnitteluun.* Oulu: Grano.
- Tuulentie, S. (2007). Settled tourists: Second homes as a part of tourist life stories. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7, 281–300. <https://doi.org/10.1080/15022250701300249>
- Tuulentie, S. & Mettiäinen, I. (2007). Local participation in the evolution of ski resorts: The case of Ylläs and Levi in Finnish Lapland. *Forest, Snow and Landscape Research*, 81(1/2), 207–222.  
<http://www.issw.ch/dienstleistungen/publikationen/pdf/8191.pdf>
- Tuulentie, S. & Sarkki, S. (2009). Johdanto: Kun kylästä tulee keskus. Teoksessa: S. Tuulentie (toim.), *Turisti tulee kylään: Matkailukeskukset ja lappilainen arki* (s. 9–28). Jyväskylä: Minerva.
- Tyrväinen, L., Korpela, K. & Ojala, A. (2014). Luonnon virkistyskäytön terveys- ja hyvinvointihyödyt. Teoksessa L. Tyrväinen, T. Sievänen, S. Tuulentie & M. Kurttila (toim.), *Hyvinvointia Metsästä* (s. 48–58). Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura.
- Ulrich, R. S., Simons, R. F., Losito, B. D., Miles, M. A. & Zelson, M. (1991). Stress recovery during exposure to natural and urban environments. *Journal of Environmental Psychology*, 11, 201–230.  
[https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80184-7](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80184-7)
- Uusitalo, M. (2010). Differences in tourists' and local residents' perceptions of tourism landscapes: A case study from Ylläs, Finnish Lapland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10, 310–333. <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.489786>
- Uusitalo, M. (2017). *How to maintain naturalness in nature-based tourism resorts? Approaches to assessments of landscape quality for tourism planning.* (Acta electronica Universitatis Lapponiensis 218.) Rovaniemi. <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/62842>
- Uusitalo, M., Huhta, E. & Nivala, V. (2018). Trail network as a mediator of nature experiences in nature-based tourism: A case study of the Levi resort in Finland. Manuscript submitted to *Tourism Management*.
- Vattulainen, K., Sarjala, T., Savonen, E.-M. & Korpela, K. (2011). *Elpymiskokemuksia metsästä, Voimapolun käyttäjäkysely.* (Metlan työraportteja 204.) Metsäntutkimuslaitos.  
<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp204.htm>
- Wolf, I. D., Wohlfart, T., Brown, G. & Lasa, A. B. (2015). The use of public participation GIS (PPGIS) for park visitor management: A case study of mountain biking. *Tourism Management*, 51, 112–130. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.003>
- Wood, J. (2005). 'How green is my valley?' Desktop geographic information systems as a community-based participatory mapping tool. *Area*, 37, 159–170. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2005.00618.x>
- Yuksel, A., Yuksel, F. & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31, 274–284.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.007>

# Matkailuelämyksiä ilman matkaa? Fokusryhmätutkimus matkailutyypisistä kulutuksesta osana kuluttajan arkea

*Juulia Räikkönen, Turun yliopisto, Turun kauppakorkeakoulu, Talousmaantiede  
Heli Marjanen, Turun yliopisto, Turun kauppakorkeakoulu, Talousmaantiede  
Anna-Maija Kohijoki, Turun yliopisto, Turun kauppakorkeakoulu, Talousmaantiede  
Ira Lahovuori, Turun yliopisto, Turun kauppakorkeakoulu, Talousmaantiede*

## Abstract

The current study focuses on touristic behavior in the context of everyday consumption by examining the geographical and psychological transitions of tourism and leisure as well as the factors that enable touristic behavior in everyday environments. Tourism has traditionally based on geographical perspective, taking place somewhere away from one's usual habitat. This view is, however, challenged by, e.g. globalization, mobility, and consumers' ever-increasing desire for experiences, not only abroad but also in everyday life. In the study, touristic behavior is defined as a temporary subjective perception, a state of mind, of a person escaping from one's daily obligations and routines through geographical or psychological transitions. Based on discussions on the liminoid nature of tourism and leisure as well as on value creation regarding experiential consumption, the empirical data gathered from focus group interviews was analyzed. The study indicates that even though the geographical transition has an important role in achieving a touristic state of mind, also everyday environments and consumption can offer certain escapes from daily routines, resulting in a feeling of being a tourist. Especially when friends and relatives come to visit, the home environment may appear as a tourism destination, enabling touristic experiences.

*Keywords: experiential consumption, tourism, city centers, staycation*

## Johdanto

Perinteisten määritelmien mukaan matkailu on ihmisten väliaikaista liikkumista tavanomaisen arkiympäristön ulkopuolelle (esim. Jafari & Ritchie, 1981) sekä näiden ihmisten ja matkailuelinkeinon vuorovaikutusta eli toimintaa ja puitteita, joilla pyritään vastaamaan matkailijoiden tarpeisiin (esim. Williams, 2009). Matkailututkijat myös pääsääntöisesti jakavat käsityksen matkailusta liminaalitulana, jossa matkailija jossakin määrin unohtaa arjen stressitekijät ja heittäytyy virkistäytymään ja kokemaan uutta vailla sosiaalisia rajoitteita ja normeja (Tuulentie, 2017; vrt. Selänniemi, 1996, 2003). Matkailukokemukset ja -elämykset, joita pidetään matkailun keskeisimpänä voimavarana (Pizam, 2010), muodostuvat kuitenkin ihmisten mielissä (vrt. Tung & Ritchie, 2011; Uriely, 2005; Walls, Okumus, Wang & Kwun, 2011). Näin ollen matkailu voidaan mieltää myös mielentilaksi (vrt. Ghanem, 2017; Selänniemi, 1996, 2003); esimerkiksi Ikosen (2016) mukaan matkailuyrittäjät luovat omistautuvalla työskentelytavalla matkailijoille paitsi konkreettisia tiloja ja puitteita myös oikeanlaisia mielentiloja, joiden rooli matkailussa on keskeinen.

Matkailijoiden ja paikallisväestön välistä suhdetta on tarkasteltu matkailututkimuksessa pitkään. Maantieteellinen näkökulma on korostanut matkailijoiden aiheuttamia myönteisiä ja kielteisiä alueellisia vaikutuksia, jotka heijastuvat paikallisväestön arkielämään (Saarinen, 2006). Matkailusosiologit ovat keskittyneet erityisesti isäntien ja vieraiden väliseen vuorovaikutukseen ja etenkin viime vuosina matkailun ja arkielämän suhteeseen (Tuulentie, 2017), johon jakamistalouden nousu on tuonut uusia ulottuvuuksia (Hakkarainen & Jutila, 2017). Liiketaloustieteisiin pohjaavassa matkailututkimuksessa, jossa matkailuelämysten luonne ja matkailutuotteet ovat keskeisiä, paikallisväestö, kulttuuri ja elämäntapa nähdään usein matkailuelämysten voimavaroina ja tuotteistamisen kohteina (esim. Konu, Tuohino & Kompula, 2010).

Tässä tutkimuksessa paikallista arkea lähestytään kuluttajan omassa koti- tai lähiympäristössä tapahtuvan *matkailutyypisen kulutuksen* näkökulmasta eli tarkastelemalla sitä, miten toisaalta matkailu- ja elämyskulutuksen nousu ja toisaalta matkailun arkipäiväistyminen heijastuvat matkailu- ja arkielämään. Tutkimuksessa etsitään vastauksia kysymyksiin: 1) minkälaisia maantieteellisiä ja psykologisia siirtymiä koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaan elämyskulutukseen liittyy sekä 2) mitkä tekijät mahdollistavat ja mitkä rajoittavat matkailutyypistä kulutusta koti- ja lähiympäristössä. Tutkimusteeman kiinnostavuutta ilmentävät monet ajankohtaiset ja osin vastakkaiset trendit, erityisesti kuluttajien lisääntynyt elämishakuisuus ja toisaalta esimerkiksi lentomatkailun ilmastovaikutusten korostuminen, jotka väistämättä muokkaavat kuluttajien asenteita ja lisäävät koti- ja lähiympäristössä tapahtuvan matkailu- ja vapaa-ajankulutuksen houkuttelevuutta (Talouselämä, 2018).

Tutkimuksen kirjallisuuskatsaus aloitetaan tarkastelemalla matkailun määritelmiä sekä erilaisia tekijöitä ja ilmiöitä, jotka haastavat matkailun perinteisiä määritelmiä, ja malleja, jotka perustuvat maantieteelliseen siirtymään. Matkailutyypisiä kokemuksia tarkasteltaessa olennaisempaa on tarkastella psykologista siirtymää eli siirtymistä matkailumielentilaan. Siksi kirjallisuuskatsauksen viimeisessä osiossa tarkastellaan ei-maantieteellisiä siirtymiä ja elämyskulutuksen arvonluontia, niin sanottua elämysarvoa (vrt. Prebensen, 2014; Zhang, Gordon, Buhalis & Ding, 2018). Käsitteellisen keskustelun lopputulemana esitetään, että matkailutyypis-



ten kokemusten määrittely ei tulisi rajoittua maantieteelliseen siirtymään vaan ennen kaikkea tulisi huomioida kuluttajan mielentilassa tapahtuva siirtymä, joka mahdollistaa matkailutyypin kulutuksen myös koti- tai lähiympäristössä.

Seuraavaksi kirjallisuuskatsauksen pohjalta rakennettua teoreettista viitekehystä tarkastellaan empiirisen aineiston valossa. Empiirisen tutkimuksen kontekstina oli matkailutyypin kulutus kaupunkikeskustoissa. Aineisto koostuu viidestä fokusryhmäkeskustelusta, joihin osallistui yhteensä 29 opiskelijaa Turun kauppakorkeakoulun kaupan ja palvelujen maisteriohjelmasta. Empiirinen aineisto tuki ehdotettua mallia. Lopuksi esitetään johtopäätökset ja suosituksia toimintatavoiksi, joilla elämystalouden toimijat voivat myötävaikuttaa matkailumielentilan ja sitä kautta matkailutyypisten kokemusten saavuttamiseen myös koti- tai lähiympäristössä. Suurimmaksi haasteeksi tällöin nousee matkailukokemuksille tyypillisen kiireetömyyden illuusion luominen.

## Kirjallisuuskatsaus ja tutkimuksen viitekehys

### *Matkailu ja sen monta loppua*

Matkailusta on tehty lukuisia tulkintoja, mutta karkeasti määritellen se on ihmisten liikkumista ja toimia tavanomaisen, päivittäisen asuin- ja työympäristön ulkopuolella (WTO, 1994) sekä lähtö- ja kohdealueiden välistä vuorovaikutusta, joka tapahtuu matkailijoiden ja heitä palvelevien yritysten ja organisaatioiden välillä (Williams, 2009). Leiper (1979) erotti toisistaan taloudellisen näkökulman, joka tulkitsee matkailua ennen kaikkea liiketoimintana ja elinkeinona, teknisen määritelmän, joka palvelee erityisesti tilastoinnin tarpeita, sekä kokonaisvaltaisen määritelmän, joka pyrkii ottamaan haltuun matkailuilmion laajana kokonaisuutena. Vuoristo (1998) puolestaan jakoi matkailun huvimatkailuun ja työmatkailuun, jonka ulkopuolelle jäivät kuitenkin päivittäiset työmatkat. Yleisesti käytetään myös jakoa 1) koti- ja ulkomaanmatkailuun (*domestic, inbound, outbound*) sekä kansalliseen ja kansainväliseen matkailuun (*internal, national, international*) ja 2) jakoa varsinaiseen matkailuun, jossa matkat sisältävät ainakin yhden yöpymisen, ja päiväkäynteihin, jotka eivät sisällä yöpymistä (United Nations Statistical Division, 2010).

Matkailun määritelmiä käytetään monenlaisiin tarkoituksiin; esimerkiksi matkailun tilastointi mahdollistaa matkailualueiden vertailun ja muodostaa pohjan tulevaisuusorientoituneelle matkailusuunnittelulle. Perinteisissä matkailun määritelmässä korostuvat vahvasti maantieteelliset käsitteet, kuten etäisyys (matka tai aika), liikkuminen, asuinympäristö ja -paikka sekä valtioiden rajat ja kansallisuudet. Myös matkailuelinkeinon näkökulmasta matkailua lähestyvässä määritelmässä otetaan lähtökohdaksi lähtö- ja kohdealueiden välinen vuorovaikutus, vaikka yksittäiselle matkailuyritykselle tärkeintä on elämysten syntymisen mahdollistaminen kaikille potentiaalisille asiakkaille, tulivat he sitten läheltä tai kaukaa. Perinteisesti matkailututkijatkin näkevät matkailijat ulkopuolisina, joskin tervetulleina, vieraina. Esimerkiksi Saarinen (2017, s. 43) toteaa, että ”matkailijat ovat jo määritelmällisesti alueen ulkopuolista väestöä, jotka ovat saapuneet kohdealueelle sen vetovoimatekijöiden vuoksi.”

Matkailu on juurtunut syväälle jälkitekollisiin kulutuskulttuureihin (Burns & Novelli, 2008), mutta länsimaisten yhteiskuntien taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen rakennemuutos on

jo pitkään haastanut matkailun perusolettamuksia (Williams, 2009). Matkailumotivaatio perustuu ajatukseen, että ihmiset matkustavat paetakseen jotakin, esimerkiksi arkielämän rutiineja, tai saavuttaakseen jotakin, esimerkiksi erilaisia matkailukokemuksia, joita kotiympäristö ei tarjoa (Dann, 1981; Iso-Ahola, 1982; vrt. MacCannell, 1973, 1976). Taloudellisen ja teknologisen kehityksen sekä etenkin globalisaation myötävaikutuksena 1980-luvulta lähtien kotiympäristössä tapahtuva kulutus on enenevässä määrin muistuttanut matkailutyypistä kulutusta, eikä erilaisuuden kokeminen (esim. vieraat kulttuurit, ruoka, muoti) ole enää välttämättä edellyttänyt maantieteellistä siirtymää (Uriely, 2005; Williams, 2009). Tämä kehitys nosti esiin ajatuksen kansainvälisen matkailun loppumisesta (*end of tourism*) (Lash & Urry, 1994; Urry, 2000, 1995), jota vauhditti Internetin mahdollistama virtuaalimatkaileminen. Kansainvälinen matkailu on kuitenkin jatkanut kasvuaan, eikä virtuaalimatkaileminen ole – ainakaan vielä – pystynyt tarjoamaan kokemuksia, jotka voisivat täysin syrjäyttää tosielämän moniaistiset ja vuorovaikutteiset matkailukokemukset (esim. Buhalis & Law, 2008; Standing, Tang-Taye & Boyer, 2014). Esimerkiksi Marascon, Buonincontrin, van Niekerkin, Orłowskin ja Okumusin (2018) mukaan virtuaali- tai lisätty todellisuus on omaksuttu keskeiseksi osaksi matkailumarkkinointia ja elämysten johtamista, joten ne pikemminkin lisäävät kuin vähentävät kuluttajien kiinnostusta matkustaa itse kohteeseen.

Saarisen (2017, s. 43) mukaan ”matkailu ei ole vain liikettä fyysisessä tilassa, vaan siihen kuuluu olennaisesti kokemus – matkailijana oleminen, joka syntyy viime kädessä kuluttamalla: ostamalla tai vaihtamalla matkailuun kiinteästi liittyviä palveluja, tuotteita ja tavaroita tai käyttämällä matkailua ja liikkuvuutta mahdollistavia hyödykkeitä”. Matkailijana olemiseen liittyy ajatus siitä, että matkailu on tarpeellinen poikkeama tavanomaisesta elämästä, ”rituaalinen inversio” eli väliaikainen käyttäytymisen muutos (Graburn, 1983), joka eroaa selvästi arkipäivän normeista ja kulutuksesta (vrt. Mossberg, 2007, Quan & Wang, 2004). Matkailun ja arkipäivän kahtiajakoisuutta haastaa kuitenkin laajempi liikkuvuuden (*mobility*) korostuminen, joka huomio paitsi huvimatkailejien (vrt. Vuoristo, 1998) myös ostosmatkailejien, vapaa-ajanasukkaiden, työmatkalaisten ja kaikkien muidenkin matkalla olevien ihmisten toisiinsa kytkeytymisen liikkuessa sekä heidän erilaiset motiivinsa ja tarpeensa (esim. Gale, 2008; Sheller & Urry, 2004; Urry, 2007). Liikkuvuuden näkökulmasta lähtevä tarkastelu kyseenalaistaa lähestymistavan, jossa olemme joko kotona tai matkalla, töissä tai vapaa-ajalla (Tuulentie, 2017); teknologisen kehityksen ja muuttuneiden asenteiden johdosta esimerkiksi etätö on mahdollistanut eri elämäntilanteiden liittämisen toisiinsa.

Matkailukulutuksen ja kotiympäristössä tapahtuvan kulutuksen välistä selkeää rajaa hämärtää myös *staycation*-ilmiö, joka nousi otsikoihin Yhdysvalloissa kesällä 2008, jolloin talouden taantuma teki keskiluokan perinteisestä matkailukulutuksesta hankalaa tai mahdotonta. Lehtikirjoituksissa *staycation*-termiä käytettiin koti- tai lähiympäristössä tapahtuvan lomailun ja matkailun yhteydessä (Wixon, 2009). Germann Molz (2009) totesi, että *staycation* esitettiin lehdistössä hyvin myönteisessä valossa, korostaen ilmiön paikallistaloudellisia hyötyjä sekä tarjoten käytännön neuvoja kotiympäristön kokemiseen matkailijan silmin. Toisaalta ilmiö nähtiin ”oikean matkailun” halpana ja tylsänä korvikkeena, joka ei mahdollistanut matkailuelämyksille tyypillistä pakoa arjen rutiineista (Germann Molz, 2009). *Staycationiin* ei termin syntyvaiheessa

liitetty myönteisiä paikallaanolon tai hitaan matkailun mahdollistamia kokemuksia (vrt. Sharma, 2009), vaan se nähtiin pikemminkin väliaikaisena pakkona, joka häviää taloustilanteen paraututtua normaaliksi (Germann Molz, 2009). Kymmenessä vuodessa maailma on muuttunut, ja nyt, ainakin Suomessa, staycation-trendi näyttää kytkeytyvän vahvemmin elämystalouden nousuun, vastuullisiin kulutusvalintoihin ja arkipäivän luksuskulutukseen (Talouselämä, 2018). Maantieteelliseen etäisyyteen perustuva näkökulma on kuitenkin läsnä myös staycation-tutkimuksissa; esimerkiksi James, Ravichandran, Chuang ja Bolden (2017) määrittelevät staycationiksi korkeintaan 50 mailin päähän tehtävät ja vähintään yhden yöpymisen sisältävät matkat, joita tehdään vaihtoehtoina perinteisille lomamatkoille (vrt. Yesawich, 2010). Tämän määritelmän mukaan siis myös staycationiin sisältyy välttämättömänä osana sekä spatiaalinen että temporaalinen siirtymä – matka jonnekin sekä yöpyminen poissa kotoa.

Tuoreimpia matkailun loppua enteileviä näkökulmia ovat tällä hetkellä erityisesti lentomat- kailun ilmastovaikutukset sekä tiettyjen kohteiden kantokykyä koetteleva liikamatkailukehitys. Viimeistään lokakuussa 2018 julkaistun IPCC:n (2018) ilmastoraportin myötä on aiheellista poh- tia, kuinka kauan lentomatkaileminen on sosiaalisesti hyväksyttävää. Suomen Kuvalehdessä julkaistu blogikirjoitus ”Kun The Oak Barrel -vitsistä tuli juntti!” (Kuusela, 2018) maalailee kehitystä, jos- sa varsinkin lentäen tehdyt ulkomaanmatkat eivät enää olisikaan statussymboleita vaan joko tietämättömyyden tai välinpitämättömyyden paljastajia. Suomessa lentomatkaileminen paheksunta näyttää lähtevän ruohonjuuritasolta, kuluttajista itsestään. Sen sijaan esimerkiksi liikennemi- nisteri Anne Berner (YLE, 2018) on tyrmännyt lentoveron, jolla ”voisi Suomessa olla huomattavia vaikutuksia matkailulle, Finnairille ja Finavialle”. Mikäli kuluttajat ryhtyvät oikeasti välttämään lentämistä tai ”lentämään salaa”, koska lentäen tehdyt lomamatkat eivät enää ole sosiaalisesti hyväksyttäviä, voi tuloksena hyvinkin olla staycation-ilmiön toisinto, jossa talouden normali- soitumisen sijaan odotetaan pelastajiksi hybridilentokoneita tai muita teknisiä innovaatioita.

### **Matkailu mielentilana – maantieteellisestä siirtymästä psykologiseen siirtymään**

Erilaiset siirtymät näyttävät joka tapauksessa olevan välttämättömiä matkailukokemusten syn- nylle. Matkailukokemusten luonteen ymmärtämiseksi on kiinnitettävä huomio käyttäytymisen muutokseen eli on pohdittava, miten matkailukulutus eroaa vapaa-ajankulutuksesta koti- tai lähiympäristössä (vrt. Carr, 2002; Shaw & Williams, 2004; Williams, 2009). Matkailutyyppejä kokemuksia tarkasteltaessa maantieteellistä siirtymää tärkeämpään rooliin nousee psykologi- nen siirtymä, siirtyminen ”matkailumielentilaan” (Ghanem, 2017; vrt. Selänniemi 1996, 2003), jota maantieteellinen etäisyys kuitenkin näyttää edesauttavan (Larsen, 2015; Vacher, 2011).

Suomalaisia etelänmatkailijoita tutkinut Selänniemi (1996, 2003) esitti – rituaaleihin ja riitteihin (Turner, 1969; van Gennep, 1960) perustuen – että matkailussa keskeistä ei ole maan- tieteellinen siirtymä itse matkakohteeseen vaan väliaikainen siirtymä liminoidiin, matkailun leikkikentälle. Siellä kaikki on mahdollista, aika menettää merkityksensä, perinteiset sosiaaliset rakenteet murenevät (*communitas*), ja vuorovaikutus on tasa-arvoista ja spontaania (vrt. Turner & Turner, 1978). Selänniemen (1996, 2003) mukaan matkakohteen kulttuurisella ja maantieteel- lisellä sijainnilla on vain vähän merkitystä, sillä matkailija ei matkusta tiettyyn paikkaan vaan tiettyyn olotilaan, joka mahdollistaa rentoutumisen. Itse asiassa, mitä paikattomampi matka- kohde on, sitä helpommin matkailija voi irtautua arjesta. Arjen normien vastainen käyttäytymi-

nen näkyy esimerkiksi hyväksyttynä joutenolona ja laiskotteluna, ruuan ja alkoholin liiallisena nauttimisena sekä pukeutumisen ja seksuaalikäyttäytymisen vapautumisena (Carr, 2002; Vuoristo, 2004; Williams, 2009). Selänniemen tutkimus (1996, 2003) liittyi etelänmatkailuun, mutta myös koti- ja lähiympäristössä voi havaita vastaavanlaisia liminoideja leikkikenttiä; esimerkiksi perinteisissä työyhteisön pikkujouluissa sosiaaliset hierarkiat ja rajoitteet mataloituvat, jos eivät kokonaan katoakaan. Myös laivaristeilyt (vrt. Yarnal & Kerstetter, 2005), ja erityisesti ”Ruotsinristeilyt”, joihin ei sisälly lainkaan maihinnousua, edustavat erinomaisesti tuoteistetua lyhytaikaista siirtymää liminaalitalaan; oleskelu muusta ympäristöstä eristetyssä laivassa yhdessä muiden samanhenkisten ihmisten kanssa tarjoaa – ainakin osalle ihmisistä – riittävät edellytykset arjesta ja omasta sosiaalisesta roolista irrottautumiselle.

Selänniemi (2003) tunnisti neljä etelänmatkailuun liittyvää siirtymää, jotka muuttavat matkailijan psykologista olotilaa, sosiaalista järjestystä sekä ympäristön kokemisen kehollisuutta: 1) spatiaalinen siirtymä kotiympäristöstä johonkin muualle, 2) temporaalinen siirtymä arkipäivän rutiineista aikatauluttomuuteen, 3) mentaalinen siirtymä paikattomaan ja ajattomaan mielentilaan, sekä 4) aistillinen siirtymä, joka altistaa matkailijan erilaisille aistikokemuksille ja saa hänet tietoisemmaksi näistä aistiärsykkeistä.

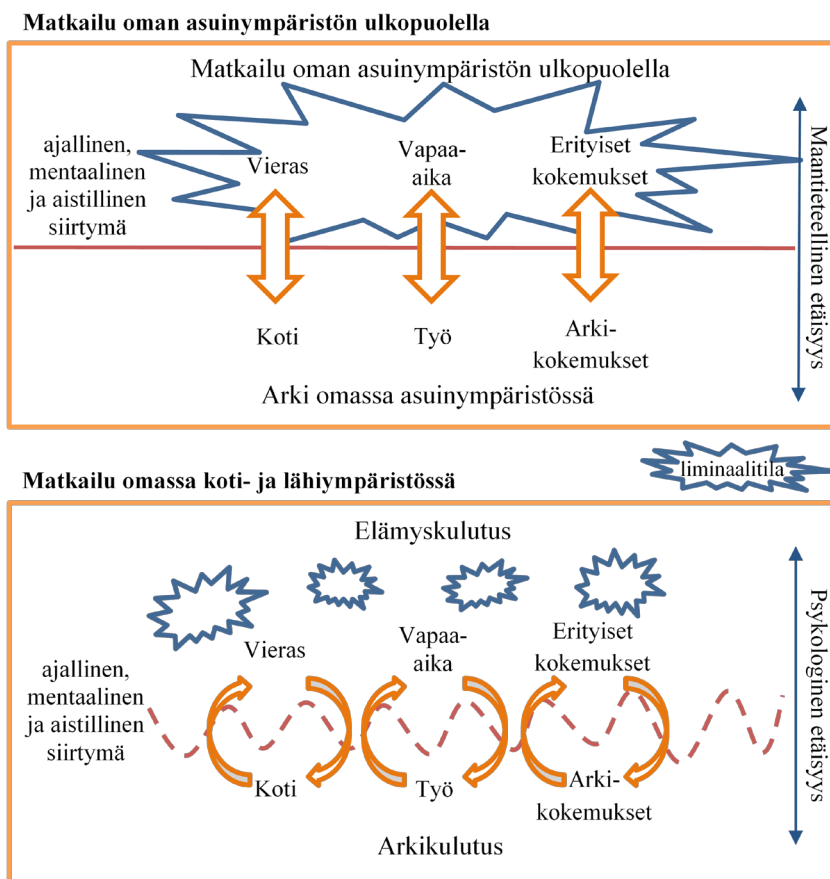
Viimeaikaisissa tutkimuksissa huomiota on puolestaan kiinnitetty erityisesti elämyskulutuksen luonteeseen arvonluonnin näkökulmasta eli on tarkasteltu sitä, miten niin sanottu elämysarvo (*experience value*) eroaa perinteisestä asiakasarvosta (ks. Konu, 2016; Räikkönen, 2014; Zhang ym., 2018). Prebensenin (2014) mukaan merkityksellisissä kokemuksissa ja elämysarvon muodostumisessa keskeistä on vahva läsnäolo ja hetkessä eläminen sekä nautinto, joka syntyy aktiivisesta osallistumisesta elämyksen luomiseen. Elämyskulutuksen erityisluonteen huomioiden Prebensen (2014) täydensi Sweeneyn ja Soutarin (2001) perinteistä asiakasarvon mittaristoa lisäämällä siihen uuden ulottuvuuden, uutuusarvon (*epistemic/novelty value*). Funktionaalisen käyttöarvon (esimerkiksi laatu ja vastine rahalle), sosiaalisen arvon (esimerkiksi sosiaalinen hyväksyntä ja vaikutuksen tekeminen muihin) sekä tunteisiin liittyvän emotionaalisen arvon (esimerkiksi onnellisuus ja jännitys) lisäksi elämyskulutuksessa korostuu uutuusarvo, joka viittaa uteliaisuuden heräämiseen, uusiin ennakokemattomiin asioihin sekä tiedonhalun tyydyttämiseen (Prebensen, 2014). Vaikka Prebensen (2014; ks. myös Prebensen, Woo, Chen & Uysal, 2013) tarkasteleekin elämysarvon piirteitä nimenomaan matkailukontekstissa ja suhteessa matkailukokemuksen eri vaiheisiin, ei elämysarvon muodostuminen tai mikään sen ulottuvuus ole suoranaisesti riippuvainen maantieteellisestä siirtymästä.

Selänniemi (2003) painottaa, että vierailija on kohteessa aina ulkopuolinen, jolloin kokemus matkakohteesta jää usein pinnalliseksi (vrt. Tuan 1974). Matkailijoiden lisääntynyt kiinnostus paikalliseen arkeen onkin synnyttänyt *Live like a local* -trendin, joka korostuu varsin selvästi esimerkiksi Airbnb:n asiakkaiden motiiveissa (Oskam & Boswijk, 2016). Koska tuttuun paikkaan liittyy monenlaisia tunteita, aikaisempia kokemuksia ja niiden aikaansaama kuuluminen tunnetta (vrt. Tuan 1974; 1977), paikkojen kokemisen näkökulmasta paikallisväestön matkailu omassa koti- ja lähiympäristössään voisi aikaansaada aivan uudenlaisia matkailutyyppejä kokemuksia synnyttävän *Live like a tourist* -trendin. Koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaan matkailutyypilliseen kulutukseen liittyy kuitenkin merkittäviä haasteita (esim. Liminality and Tourism,

2013), koska spatiaalinen ja usein myös temporaalinen siirtymä jää tapahtumatta, mikä puolestaan johtaa mentaalisen ja aistillisen siirtymän toteutumisen vaikeutumiseen (vrt. Larsen, 2015; Vacher, 2011).

### Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Edellä esitetyn keskustelun pohjalta on rakennettu tutkimuksen teoreettinen viitekehys (kuva 1), jota käytetään apuna empiirisen aineiston analyysissä. Koska matkailutyypiseen kulutukseen koti- ja lähiympäristössä ei useinkaan liity maantieteellistä siirtymää tai yöpymistä kodin ulkopuolella, tutkimuksen lähtökohtana ei voi käyttää määritelmiä, joissa ne ovat keskeisessä roolissa. Ghanem (2017) keskustelee opinnäytetyössään varsin ansiokkaasti perinteisten määritelmien haasteista ja esittää rohkeasti uuden määritelmän, jonka pohjalta tässä tutkimuksessa koti- ja lähiympäristössä tapahtuva matkailutyypinen kulutus määritellään ”arjen velvollisuuksista ja rutiineista pakoa etsivän yksilön väliaikaiseksi subjektiiviseksi kokemukseksi eli mielen-tilaksi, johon liittyy maantieteellinen tai psykologinen siirtymä ja joka tähtää emotionaalisesti palkitsevien kokemusten saavuttamiseen”.



Kuva 1. Teoreettinen viitekehys.

Kuvan 1 yläosa kuvaa perinteistä matkailua, jota hallitsee maantieteellinen etäisyys. Arjen ja matkailun välinen raja on selvä, matkailuun liittyy sekä spatiaalinen että ajallinen siirtymä, jotka mahdollistavat mentaalisen ja aistillisen siirtymän matkailun liminaalitilaan. Alaosa taas kuvaa koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaa matkailutyypistä kulutusta, jossa psykologinen etäisyys korvaa maantieteellisen etäisyyden. Arki- ja elämyskulutuksen raja on epämääräinen, eikä selvää siirtymää matkailun liminaalitilaan voi tapahtua samalla tavalla kuin matkailussa oman asuinympäristön ulkopuolella. Tästä syystä elämyskulutuksen liminaalitulat on kuvattu yksittäisinä, hetkellisinä elämyksinä, jotka limittyvät arkielämän kokemuksiin.

Kulutuskokemuksen ja elämysarvon muodostumisen kannalta on keskeistä, että asiakas-kokemukset ja elämykset matkailukulutuksessa ja matkailutyypisessä kulutuksessa muistut-tavat paljon toisiaan. Ne voivat olla luonteeltaan ja kestoaltaan hyvinkin erilaisia – arkipäiväisiä tai erityisiä, kognitiivisia tai emotionaalisia, hyviä tai huonoja, pitkäaikaisia tai ohimeneviä, sattumanvaraisia tai tarkasti suunniteltuja (Oh, Fiore & Jeoung, 2007; Räikkönen, 2014) – ja nii-hin vaikuttavat monet ulkoiset tekijät, joista keskeisimpiä ovat elämyksen fyysiset elementit, sosiaaliset vuorovaikutustekijät, yksilölliset tekijät ja tilannetekijät (Walls ym., 2011).

Seuraavaksi tarkastellaan empiirisen tutkimusaineiston avulla, minkälaisia maantieteel-lisiä ja psykologisia siirtymiä koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaan elämyskulutukseen liittyy sekä mitkä tekijät mahdollistavat ja mitkä rajoittavat matkailutyypistä kulutusta koti- ja lä-hiympäristössä.

## Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu viidestä fokusryhmäkeskustelusta, jotka liittyvät Turun kauppakorkeakoulussa toteutettavaan *Kulutustilat osana arvoa tuottavaa elinympäristöä* -hankkeeseen. Keskustelut toteutettiin helmikuussa 2017 Turun kauppakorkeakoulussa osana Kaupan ja palvelujen maisteriohjelmaan kuuluvaa tutkimusmenetelmäkurssia. Keskusteluihin osallistuneilla opiskelijoilla oli aikaisemman opiskelu- ja työhistoriansa kautta laajaa ja moni-puolista osaamista haastatteluteemoista, joten fokusryhmät voidaan mieltää myös asiantun-tijapaneeleiksi. Keskustelu ryhmässä olikin erittäin analyttistä, joten aineisto tarjosi rikasta ja monipuolista informaatiota kaupunkikeskustoista matkailutyypisen kulutuksen näyttämöinä ja kulutustiloina.

Jokaiseen keskusteluun osallistui 5–6 opiskelijaa (taulukko 1) sekä kolme tutkijaa, joista kaksi ohjasi keskustelua ja kolmas teki muistiinpanoja. Noin puolet keskusteluihin osallistu-neista asui vakituisesti Turussa tai Turun seudulla (A). Heistä yhdeksän oli asunut alueella jo pitkään (A1) ja seitsemän oli muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa (A2). Heille elämä Turussa edusti siis paikallista arkea. Puolella keskustelijoista oli perhe ja vaki-tuinen asunto toisella paikkakunnalla, pääsääntöisesti pääkaupunkiseudulla. Osa heistä asui viikot Turussa (B1) ja palasi viikonlopuiksi vakinaiselle kotipakkakunnalleen, osa taas vietti Turussa vain muutamia päiviä viikossa ja yöpyi satunnaisesti hotellissa (B2). Keskustelijoiden erilaiset elämäntilanteet suhteessa tutkimusaiheeseen mahdollistivat tutkittavan ilmiön tar-kastelun monista eri näkökulmista.



Taulukko 1. Fokusryhmäkeskusteluihin osallistuneiden taustatiedot ryhmittäin.

RYHMÄ	SUKUPUOLI	IKÄ	ASUINPAIKKA
1	M	31	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
1	N	32	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
1	N	32	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
1	N	44	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
1	N	25	B1 Asuu viikot Turussa, palaa viikonlopuiksi kotipaikkakunnalle
1	N	31	B1 Asuu viikot Turussa, palaa viikonlopuiksi kotipaikkakunnalle
2	N	25	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
2	N	25	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
2	N	32	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
2	N	35	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
2	N	29	B1/B2 Asui aluksi viikot Turussa, nyt yöpyy satunnaisesti
2	N	35	B2 Ei asuntoa Turussa, yöpyy satunnaisesti
3	N	34	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
3	N	40	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
3	N	45	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
3	N	31	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
3	N	34	B2 Ei asuntoa Turussa, yöpyy satunnaisesti
3	N	40	B2 Ei asuntoa Turussa, yöpyy satunnaisesti
4	N	42	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
4	M	27	B1 Asuu viikot Turussa, palaa viikonlopuiksi kotipaikkakunnalle
4	N	28	B1/B2 Asui aluksi viikot Turussa, nyt yöpyy satunnaisesti
4	M	34	B2 Ei asuntoa Turussa, yöpyy satunnaisesti
4	M	38	B2 Ei asuntoa Turussa, yöpyy satunnaisesti
5	M	29	A1 Asunut pitkään Turussa/Turun seudulla
5	N	27	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
5	N	28	A2 Muuttanut Turkuun aloitettuaan opinnot maisteriohjelmassa
5	N	27	B1 Asuu viikot Turussa, palaa viikonlopuiksi kotipaikkakunnalle
5	N	28	B1 Asuu viikot Turussa, palaa viikonlopuiksi kotipaikkakunnalle
5	N	30	B1 Asuu viikot Turussa, palaa viikonlopuiksi kotipaikkakunnalle

Fokusryhmäkeskustelut etenivät ennalta laaditun teemarungon mukaisesti (ks. liite 1) siten, että ensin käsiteltiin Turun keskustaa kulutusilana, kaupunkikeskustan herättämiä tunteita,

kaupunkilomailua ja matkailutyypistä kulutusta kotiympäristössä (oli se sitten Turku tai jokin muu paikka) sekä kulutuksen digitalisoitumisen vaikutuksia fyysisiin kulutustiloihin. Koska tutkimuskohteena on matkailutyypinen kulutus omassa arkiympäristössä, on välttämätöntä käsitellä myös kulutustiloja ja -ympäristöjä, joissa kohdeilmion odotetaan esiintyvän. Kunkin keskustelu kesti noin 1,5 tuntia, ja ne nauhoitettiin ja litteroitiin sanasta sanaan. Kaikkien osa-alueiden käsittelyn yhteydessä nousi esiin teoreettisen viitekehyksen näkökulmasta relevantteja havaintoja.

Laadullisen tutkimuksen prosessiluonteelle tyypillisesti aineiston analyysi ja tulkinta tapahtuivat osin samanaikaisesti (Eskola & Suoranta, 2008). Jokainen tutkija luki litteroidun aineiston useaan kertaan. Analyysin ensimmäisessä vaiheessa aineistosta poimittiin kaikki esiin nousevat teemat, ja niihin liittyvät kommentit koottiin analyysimatriisiin. Pelkistämävaiheessa havainnoille etsittiin yhteisiä nimittäjiä, joiden mukaisesti aineisto teemoiteltiin uudelleen tulkinnallisesti laajempiin kokonaisuuksiin (Alasuutari, 2011; Hsieh & Shannon, 2005). Tämän jälkeen aineistosta etsittiin erilaisiin siirtymiin liittyviä sisältöjä (vrt. Hsieh & Shannon, 2005). Myös tässä hyödynnettiin matriisia. Vaakariveille kerättiin kaikki siirtymiin liittyvät kommentit, joista seuraavaksi eroteltiin pystysarakkeisiin sijoitetut ajalliset, mentaaliset, aistilliset ja spatiaaliset siirtymät. Näin saatiin yleiskuva kuhinkin siirtymään liittyvien kommenttien esiintymisestä aineistosta, minkä jälkeen sarakkeista ryhdyttiin etsimään tekijöitä, jotka estävät tai edistävät erilaisten siirtymien toteutumista.

## Tutkimustulokset

Keskusteluissa nousi vahvasti esille maantieteellisen siirtymän tärkeys – matkailumielentilan saavuttaminen linkittyi vahvasti arki- ja lomaympäristöjen eroavuuksiin. Tärkeintä oli kuitenkin aika, jota lomamatkoilla oli enemmän kuin normaalissa arjessa. Vaikka ”tuntui kuin olisi ulkomailla” -ilmaisu usein kuvasikin tavoiteltua tunnetilaa, lomafiloksen saavuttamiseksi oli tärkeintä päästä pois omasta arkiympäristöstä. Olennaisinta oli selkeä ero arkeen, eli matkakohde ei sinänsä ollut ratkaiseva, kunhan se oli ”muualla” (vrt. Selänniemi, 2003). Tutkimusaineistossa on kuitenkin selvästi havaittavissa, että matkailutyypistä kulutusta ja matkailumielentilaa tavoiteltiin myös kotiympäristössä hakeutumalla esimerkiksi miellyttäväksi koettuihin paikkoihin. Näitä ”pieniä pakoja arjesta” toteutettiin mm. kävelylenkeillä jokirannassa sekä Turun keskustan ravintoloissa ja kahviloissa. Aineistossa korostui vahvasti sosiaalisen vuorovaikutuksen merkitys. Kaupunkikeskustassa tavattiin usein ystäviä, ja muualta tulleita vieraita viihdytettäessä koti- tai lähiympäristön tarjoamat matkailuelämykset avautuivat aivan uudella tavalla.

### *Spatiaalinen siirtymä - voiko kotiympäristössä matkailla?*

Aineistossa esiintyi runsaasti erilaisia näkemyksiä koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaan matkailutyypiseen kulutukseen liittyen, mutta moni oli jyrkästi sitä mieltä, että omassa arkiympäristössä ei voi kokea matkailutyypisiä elämyksiä. Monille perinteiseen matkailuun sisältyvä maisemanvaihdos – spatiaalinen siirtymä – oli välttämätön edellytys arjen rutiineista irtautumiseen ja oikeanlaiseen mielentilaan pääsemiselle. Osa keskustelijoista harrasti staycation-tyyppistä luonto- ja kulttuurimatkailua kotiympäristössä, jotkut melko säännöllisestikin,



mutta siitä syntyneitä kokemuksia ei heidän mielestään kuitenkaan täysin voinut rinnastaa matkoilla koettuihin elämyksiin.

*Melkeen sit ennemmin täytyy mennä vähän kauemmas, ikäänkun tänne Turkuun jää sit ne omat arjet ja murheet ja sit sä vaan ite fyysisesti meet sinne eri paikkaan ja oot siinä lomamoodissa. (M34B2)*

*Se että tekee semmosia, jotain niinkun päivän retkiä, vaiks nyt jotain luontoretkiä tai metsäretkiä tai jotain, -- menen nyt vaikka katsomaan Helene Schjerfbeckin näyttelyä Taidemuseonmäelle -- ne on niinku semmosii oman kaupungin tapahtumia. (N44A1)*

*Ei, ei. Kyl se niinku toisenlaista on. (N44A1)*

Esiin nousi myös monenlaista matkailun inversio-käyttäytymistä (vrt. Graburn, 1983), joka liittyi esimerkiksi kulutuksen ja rahankäytön lisääntymiseen. Inversio liitettiin vahvasti spatiaaliseen ja ajalliseen siirtymään, eli arjen normien vastakkainen käyttäytyminen yhdistyi nimenomaan perinteiseen matkailuun, joka tapahtui oman asuin ympäristön ulkopuolella. Moni kertoi harrastavansa shoppailua eli mielihyvähakuista kiertelyä kaupoissa (vrt. Bäckström, 2008) satunnaisesti myös kotipaikkakunnallaan, mutta oman arkiympäristön ulkopuolella suhtautuminen ostamiseen ja erilaisiin osto ympäristöihin muuttui. Esimerkiksi kaupunkikeskustojen pienet erikoisliikkeet koettiin välttämättömiksi keskustojen elävyyden näkökulmasta, mutta hyvin harva vieraili oman kaupungin putiikeissa. Lomamatkoilla samat keskustelijat kertoivat nauttivansa pienten liikkeiden tunnelmasta ja ketjuliikkeistä poikkeavasta tarjonnasta.

*-- tääl kotikaupungissa ei ehkä silleen tuu käytyy juuri ollenkaan. (N42A1)*

*Joo, kylhän siin ollaan sillai kuluttamis- ja ostomoodi päällä et visan limiitti paukkuu, kylhän sitä niinku halutaan kuluttaa sitä kaupunkii, kaikkii niit niinku ruokapalvelut, mahdollisesti sit jopa sitä kivijalkakauppaa. (M38B2)*

*Turisteille mun mielest ne on kivoja. Mä ainakin ite käyn ku on jossain muussa kaupungissa ni käyn pikkuliikkeissä erityisesti. (N28B1/B2)*

Spatiaalisen siirtymän yhteydessä nousi esiin myös konkreettisia siirtymäriittejä, jotka vahvistivat asteittaista liminoidiin siirtymistä (vrt. Selänniemi, 2003; van Gennep, 1960). Esimerkiksi matkatavaroiden pakkaaminen ja lentokentällä odottaminen toimivat eräänlaisina portteina kohti matkailumielentilaa. Maantieteellinen etäisyyden lisäksi myös matkan ajallisella kestolla oli merkitystä. Keskustelijat, jotka olivat opintovapaalla ja asuivat osa-aikaisesti Turussa, kokivat usein, että olivat Turussa ”oikeastaan koko ajan lomalla”, koska arjen rutiinit jäivät vakinaiseen asuin ympäristöön. Siksi myös heidän suhtautumisensa Turkuun kulutusympäristönä osittain poikkesi vakinaisesti alueella asuvien kommentteista. Mielenkiintoista oli kuitenkin huomata, että tilapäinenkin asuin ympäristö saattoi arkipäiväistyä nopeasti:

*Kun niinku tavallaan kaikki elämä ja kaikki kaverit ja muut on Helsingissä ja nyt on täällä Turussa ite arkisin, niin tuntuu, että on ihan hirveesti enemmän aikaa kun normaalisti. -- Mä oon tällaisella vuoden lomalla. (N31B1)*

*Sillon ku mä -- en asunut täällä, niin mä oon käynyt jossain näyttelyssä -- tuolla kirkossa ja muualla -- nytte ku mä oon täällä, en oo käynyt missään muualla ku jossain kaupassa ja jossain ravintolassa. -- ei sit löydy semmosta aikaa--.* (N25B1)

*Nii siis kyl mä saan ihan lomafiliksen siitä et mä oon yötä pois. -- että sä oot tekemässä jotain muuta, ku sitä arkea siellä kotona.* (N40B2)

### Ajallinen siirtymä – pieniä pakoja arjesta

Keskeisin kotiympäristössä tapahtuvaa matkailua estävä tekijä oli, että arjesta irti pääseminen koettiin todella haastavaksi ja usein mahdottomaksi. Lomafilis liittyi juuri matkailijana olemiseen ja toimintaan, joka eroaa arkipäivän rutiineista. Ajallinen siirtymä eli tietynlainen aika-  
tauluttomuus ja kiireettömyys on vaikea saavuttaa hektisessä arjessa. Toinen matkailutyypistä kulutusta kotiympäristössä selvästi estävä tekijä oli, että matkailu ei kuulu arjen rytmiin:

*Kun matkustaa jonnekin, ni on sillee, et okei nyt mä oon vaan tän ajan täällä, et nyt mä haluan ottaa täst ajasta kaiken irti, mut sit Turussa -- mulla on aina aikaa, et mä voin käydä vaik ens vuonna [museossa].* (N25A2)

*Siit tulee enemmän sellanen olo, niinku ois lomalla ja jotenki sellast nautiskeluu ja sellanen kiireetön päivä ja joku kahvi terassilla, ja se liittyy sellaseen niinku hyvään rauhalliseen oloon.* (N40A1)

Koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaa matkailua vähensi myös se, ettei tällainen mahdollisuus useinkaan tullut edes mieleen, sekä se, ettei kotiympäristöä osattu katsoa ja arvostaa matkailijan silmin. Koska kotiympäristön tarjontaa voisi hyödyntää milloin tahansa, se helposti arkipäiväistyy eikä sille tule otetuksi aikaa:

*-- mut mul ei oo niinku tullut mieleenkään, et siel vois olla mitään kiinnostavaa -- paikat arkipäiväistyy niin ja kotikaupungissaan aika harvoin käy sellasissa.* (N32A1)

*Se on jotenkin niin lähellä ja tuttuu et ei sitä oikein osaa sellai arvostaa.* (M34B2)

Kotiympäristön tapahtumat jäivät keskustelijoilta usein kokematta myös siksi, että niistä ei tiedetty. Usein tämä johtui siitä, että niitä ei aktiivisesti etsitty, koska etsimiseen ei ollut varsinaista syytä. Lomamatkoilla sen sijaan halutaan kokea lyhyessä ajassa mahdollisimman paljon, ja siksi tietoa paikallisesta tarjonnasta etsitään eri kanavista. Esimerkiksi Tripadvisoria käytti matkoilla lähes jokainen mutta tutussa ympäristössä vain harva. Aktiivisempaa tiedottamista kuitenkin kaivattiin, ja moni arveli esimerkiksi erilaisten sovellusten mahdollisesti lisäävän matkailutyypistä kulutusta kotimaisemissa. Alueiden matkailutarjonnan markkinoinnissa paikalliset asukkaat helposti unohtetaan, mistä kertoo esimerkiksi se, että eräs keskustelija oli tutustunut Turun tapahtumatarjonnasta kertovaan kirjaseen vieraillessaan toisella paikkakunnalla asuvien vanhempiensa luona.

*Oon mä siis ihan kattonu Tripadvisorii ihan Turun ravintoloidenki takii.* (M38B2)

*Must tuntuu ainakin haasteena se, että mitä tänään tapahtuu, missä tänään tapahtuu jotain. Ja monesti kuulee niistä jälkeempäin, että oli sellasta ja tommosta jossain. Niin vois kattoo siitä appista.* (N30B1)

### **Mentaalinen siirtymä – vieraat tuovat matkailufiiliksen?**

Matka eli fyysinen siirtyminen uuteen ja erilaiseen oli kaikille keskustelijoille tärkeä siirtymä-riitti matkailumielentilan eli niin sanotun ”lomafiiliksen” saavuttamisessa. Moni kuitenkin kertoi voivansa kokea samankaltaisia tunteita ja elämyksiä myös kotiympäristössä, ainakin hetkellisesti ja sopivissa olosuhteissa. Aineistosta kävi selvästi ilmi, että koti- ja lähiympäristössä tapahtuvaan matkailutyypiseen kulutukseen liittyi usein vuorovaikutus muiden ihmisten kanssa. Monille se tarkoitti ystävien tapaamista, mutta joillekin sitä, että sai olla hetken rauhassa, ”omassa kuplassaan”. Mut ehkä sit tavallaan, kun on lapsen kanssa, niin sä järjestät sille ohjelmaa (N35A2)

*-- kesällä erityisesti ku puut on vihreenä siinä ja kaikki, ni se on tosi ihana kävellä niin ku siinä. Ja on vähän semmonen -- lomaolo, että nyt on lomalla -- ja sillon ku sinne pääsee yksinään. (N34A1)*

Lähialueen varsinaisiin matkailukohteisiin tutustuttiin erityisesti silloin, kun haluttiin järjestää ohjelmaa muualta tuleville vieraille. Samalla ehkä opittiin katsomaan niitä osittain uudessa valossa, turistin silmin. Lapsiperheissä virikkeenä matkailutyypiseen kulutukseen kotiympäristössä toimi usein halu keksiä perheen lapsille jotain erityistä ohjelmaa myös varsinaisen lomakauden ulkopuolella.

*Siinäkin huomaa, et jos tulee joku ystävä kauempaa, ja hänel niinku näyttää niit jokilaivoi, niin sehän on ihan fiiliks, et vau -- tää on hieno, ja ite on et, noo on tää nyt tämmönen -- niin ei sitä niinku osaa sellatti arvostaa. (M34B2)*

*Joo, kyllä se yleensä tarvitsee jonkun erillisen syyn -- tyttökavereiden kanssa ollaan tehty aina sitten tämmönen yhden päivän reissu johonkin kaupunkiin ja nyt ollaan taas Turkuun tulossa. (N35B2)*

### **Aistillinen siirtymä – ihan kuin ulkomailla!**

Aineistossa viitattiin usein konkreettisiin paikkoihin, joissa voi saavuttaa ideaaliksi koetun olo-tilan, tunteen siitä, ”että olisi ulkomaanmatkalla”. Tällaisia paikkoja olivat Turussa erityisesti Aurajokiranta ja Vähätori. Niitä kuvailtiin ”eurooppalaisiksi”, ”kiireettömiksi”, ”rauhottaviksi” ja ”viihtyisiksi”. Niitä kuvailtiin myös ulkomaanmatkoilla syntyneiden lomakokemusten kautta, ja niihin yhdistettiin ”historiallista ajattomuutta”. Myös arkkitehtuuri nousi usein esille; jotkut keskustelijoista jopa valitsivat arkiset kävelyreitinsä siten, että pääsivät nauttimaan esteettisestä ympäristöstä päivittäin.

*Siit tulee sellanen keskieuropalainen fiilis. Se on vähän niinku ei oliskaa Suomes edes lainkaan ja se on rauhallinen --. Se on mun semmonen lempipaikka. (N40A1)*

*Siin tulee hirveesti sitä historiaa -- mut et semmonen ajallisuus, se yhdistyy sit tietysti siihen arkkitehtuuriin ja siihen maisemaan. (M38B2)*

*--siel on ne ihmiset syömässä ja ihmiset kävelee hitaasti ja nautiskelee siitä joen tunnelmasta --. (N30B1)*

*Kaunis miljöö, kahvila, jotain italialaista jäätelöö -- kesäisin siinä saa justiin semmosen niinku hemmotteluhetken itelleen. (N45A1)*

## Keskustelu ja johtopäätökset – "Live like a local" vs. "Live like a tourist"

Tutkimustuloksissa korostui spatiaalisen siirtymän merkitys. Vaikka matkailu voidaan ymmärtää psykologisena olotilana tai mielentila (Selänniemi, 1996, 2003), ei maantieteellisen siirtymän merkitystä voi ohittaa (vrt. Larsen, 2015; Vacher, 2015). Tässä yhteydessä matkailututkimuksessa kokonaiselämyksen kannalta usein vähemmän merkityksellisiksi tai jopa negatiivisiksi mielletyt tekijä, kuten pakkaaminen, aikaero ja jonottaminen, voidaan nähdä myös siirtymävaiheina kohti matkailun liminaalitilaa. Toisin sanoen konkreettisen maantieteellisen etäisyyden voittaminen koetaan usein välttämättömäksi psykologisen siirtymän, niin sanotun matkailufiliksien, saavuttamiseksi.

Tutkimusaineistossa keskeisessä roolissa oli myös ajallinen siirtymä, joka usein yhdistyy maantieteelliseen siirtymään. Matkailumielentilan saavuttaminen edellyttää riittävän konkreettista arjen rutiineista irrottautumista, mikä käytännössä yleensä tarkoittaa vähintään yön yli kestävästä maisemanvaihdosta. Teoreettisessa viitekehyksessä esitettiin, että koti- ja lähiympäristössä tapahtuva liminaalitilaan siirtyminen voisi olla hetkellinen, arkikulutuksen lomassa tapahtuva irtiotto arjesta. Tällaisia tilanteita ja esimerkkejä kuvattiin tutkimusaineistossa melko paljon. Erityisesti hedonistiset kulutuskokemukset ja esteettiset ympäristöt näyttivät mahdollistavan hetkellisen liminaalitilan saavuttamisen.

Mentaalinen siirtymä yhdistää spatiaalisen ja ajallisen siirtymän matkailumielentilaan. Arjen rutiinit ja haasteet hankaloittavat mentaalisen siirtymän tapahtumista, mutta muualta tulevien vieraiden, ystävien ja sukulaisten, vanavedessä oikeanlainen mielentila näyttää löytyvän helpommin. Teoreettisessa keskustelussa esitettyä *communitas*-ajatusta eli sosiaalisten rakenteiden murenemistä ei tutkimusaineistossa kuitenkaan juurikaan esiintynyt (vrt. Selänniemi 1996, 2003; Turner & Turner, 1978). Kotiympäristöä kyllä katsottiin ja arvostettiin vierailijoiden silmin koettuna, mutta esimerkiksi matkailijoille tyypillistä sosiaalisen vuorovaikutuksen spontaanuutta ei ilmeisesti ole helppo kokea ystävien kautta. Myöskään aistillista siirtymää ei keskusteluissa suoranaisesti kuvattu, mutta monet kuvasivat paikkoja, jotka olivat esteettisesti tai tunnelmaltaan siinä määrin erityislaatuisia, että tuntui jopa siltä kuin olisi ulkomaanmatkalla.

Koti- ja lähiympäristön paikkoihin liitettiin vahvoja, sekä myönteisiä että kielteisiä, tunteita. Oman kotiympäristön matkailu- ja kulttuurikohteiden arvostus ei ollut kovin suurta. Kohteet ovat kenties liian tuttuja ja ikään kuin aina saatavilla, jolloin niihin ei liity uutuudenviehätystä eikä yllätyksellisyyttä. Paikkojen kokemuksellisuuden näkökulmasta (vrt. Tuan, 1974, 1977) kohteiden tuttuus ei ollut siis etu.

Elämyskulutuksen arvonmuodostumisen näkökulmasta tarkasteltuna aineisto kytkeytyi kaikkiin elämysarvon ulottuvuuksiin (Prebensen, 2014). Koti- ja lähiympäristön aikaansaama funktionaalinen arvo eli hyöty, laatu ja vastine rahoille, ei näyttänyt pärjäävän kilpailussa varsinaisen matkailun tarjoamien mahdollisuuksien kanssa. Sosiaalista arvoa muodostui erityisesti silloin, kun koti- ja lähiympäristöä esiteltiin muualta tuleville ystäville ja tuttaville, ja erityisesti esteettiset ympäristöt ja matkailutyypinen tunnelma ja olotila johtivat emotionaalisen arvon muodostumiseen. Koti- ja lähiympäristön suurin haaste elämyskulutuksessa liittyy kuitenkin juuri uutuusarvoon: tutut, arkipäiväiset ympäristöt ja kohteet eivät herätä mielenkiintoa tai tyydytä uteliaisuutta samalla tavalla kuin varsinaiset matkailukohteet. Erilaiset tapahtumat ja

tilaisuudet varmasti jossakin määrin lisäävät koti- ja lähiympäristön kokemusten uutuusarvoa. Mutta niin kaupunkikehityksessä kuin muussakin elämystarjonnassa tulisi entistä enemmän panostaa juuri yllätyksellisyyteen. Elävään ja elinvoimaiseen kaupunkikulttuuriin liittyy keskeisesti uteliaisuus ja yllätyksellisyys. Pienet tai suuremmat spontaanit tapahtumat sekä ennalta-arvaamattomat tempaukset ja performanssit todennäköisesti lisääisivät sekä matkailijoiden että paikallisväestön kokemaa uutuusarvoa, joka erottaa elämyskulutuksen muusta palvelukulutuksesta (vrt. Prebensen, 2014).

## Tutkimuksen rajoitukset ja hyödynnettävyys

Tässä tutkimuksessa, kuten tutkimuksessa yleisesti, on tunnistettuja rajoituksia. Ensinnäkin, vaikka kotiympäristöistä keskusteltiin laajempänä kokonaisuutena, fokusryhmäkeskustelujen teemat keskittyivät pitkälti Turun kaupungin ja keskustan kokemiseen kulutustilana. Muualla vakituisesti asuvat opiskelijat kuitenkin toivat esiin ajatuksiaan myös oman kotikaupunkinsa näkökulmasta.

Toiseksi, tutkimusaineisto edustaa nuorten korkeasti koulutettujen näkökulmaa, joten sitä ei voi ajatella yleispätevänä näkemyksenä. Mielenkiintoista kuitenkin on, että samoihin aikoihin toteutetussa, ikääntyviä kuluttajia (64+) tarkastelleen tutkimuksen (Kohijoki & Koistinen, 2018) tulokset olivat hyvin samansuuntaisia; Turun keskusta tarjosi puitteet arjesta irrottautumiselle ja sosiaaliselle vuorovaikutukselle myös ikääntyville kuluttajille.

Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää kaupunkikeskustojen kehittämisessä sekä koti- ja lähiympäristössä tapahtuvan matkailun edistämisessä. Yhä kasvavan elämyskulutuksen innoittamina suunnitellaan kulutusympäristöjä, joissa esimerkiksi ajantaju heikkenee. Jos nämä ympäristöt on tarkoitettu kulutettaviksi kontekstissa, jossa spatiaalinen siirtymä suuressa mitakaavassa jää tapahtumatta, niiden toteutuksessa tulisi keskittyä erityisesti mentaaliseen ja aistilliseen siirtymään. Hyvän lähtökohdan konkreettisille kehitysideoille tarjoavat suomalaisille tutut laivaristeilyt, jotka voidaan nähdä tyypillisenä matkailun liminaalitulana (vrt. Yarnal & Kerstetter, 2005). Esimerkiksi saaristomatkailun kehittämisessä voitaisiin tehostaa spatiaalisen siirtymän kokemusta korostamalla risteilylle lähtemiseen ja kohteeseen saapumiseen liittyviä käytännön toimenpiteitä ja riittejä. Toisaalta olisi mielenkiintoista tutkia, miten risteilymatkailijoiden liminoidin kokeminen muuttuisi, jos laiva vain seisoi satamassa saman ajan, joka nyt vietetään merellä. Kuten satamassa seisova risteilylaiva, kaupunkiympäristökin voi otollisissa olosuhteissa tarjota mahdollisuuksia mentaaliseen matkailumielentilaan siirtymiseen. Esteettiset ympäristöt ja kiireettömyyden ilmapiiri ovat tärkeitä tekijöitä, mutta huomiota tulisi kiinnittää myös kiinnostavan ja yllätyksellisen kaupunkikulttuuriin luomiseen. Kaupunkikeskustojen näkökulmasta suuret tapahtumat ovat tärkeitä, mutta niiden rinnalla pienet spontaanit tapahtumat voivat tarjota liminoidin kokemuksia ja matkailuelämyksiä sekä paikallisväestölle että matkailijoille.

Sosiaalisen vuorovaikutuksen myönteinen vaikutus kotiympäristön matkailutyypiseen kulutukseen oli ilmeinen. Matkailijoiden ja paikallisväestön kohtaamiset voivat tuottaa matkailutyypisiä elämyksiä myös paikallisväestölle. Esimerkiksi Airbnb-majoittajien kokemusten tutkiminen tästä näkökulmasta toisi mielenkiintoisen lisän *Live like a local* ja *Live like a tourist*

-keskusteluun. Jakamistalous ja vertaismajoitus tulisi nähdä perinteisen sukulaisten ja tuttavien luona vierailun (*visiting friends and relatives*) ohella merkittävänä matkailutoimintana, joka vaikuttaa paitsi matkailijoiden myös paikallisväestön kokemusmaailmaan. Monien matkailukohteiden markkinointi- ja johtamisorganisaatioissa onneksi jo tunnustetaan myös jakamistalouden myönteisiä vaikutuksia, mutta esimerkiksi vertaismajoittajien kouluttaminen matkakohteen kokemusasiantuntijoiksi lienee vielä harvinaista. Lentomatkailun paheksunta voi joko jäädä pienen kuluttajaryhmän väliaikaiseksi kritiikiksi tai vaikuttaa lentomatkailuun pidemmällä aikavälillä. Joka tapauksessa elämyskulutus koti- ja lähiympäristössä jatkaa todennäköisesti kasvuun tulevinakin vuosina. Näin ollen lisää tutkimusta tarvitaan kuluttajien koti- ja lähiympäristössä tapahtuvan matkailutyypisen kulutuksen luonteesta, ilmenemismuodoista ja haasteista.

## Lähteet

- Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino.
- Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29, 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Burns, P. M. & Novelli, M. (2008). Introduction. Teoksessa P. M. Burns & M. Novelli (toim.), *Tourism and mobilities: Local-global connections* (s. xiv–xv). Wallingworth: CAB International.
- Bäckström, K. (2008). Understanding recreational shopping: A new approach. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 16, 143–158. <https://doi.org/10.1080/09593960600572167>
- Carr, N. (2002). The tourism–leisure behavioural continuum. *Annals of Tourism Research*, 29, 972–986. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00002-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00002-6)
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8, 187–219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Eskola, J. & Suoranta, J. (2008). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Gale, T. (2008). The end of tourism, or endings in tourism? Teoksessa P. M. Burns & M. Novelli (toim.), *Tourism and mobilities: Local-global connections* (s. 1–14). Wallingworth: CAB International.
- Germann Molz, J. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and the amazing race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7, 270–286. <https://doi.org/10.1080/14766820903464242>
- Ghanem, J. (2017). Conceptualizing “the Tourist”: A critical review of UNWTO definition. Master’s Thesis. Universitat de Girona, Faculty of Tourism. Haettu 28.11.2018 osoitteesta [https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/14825/GhanemJoey\\_Treball.pdf](https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/14825/GhanemJoey_Treball.pdf)
- Graburn, N. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10, 9–33. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90113-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90113-5)
- Hakkarainen, M. & Jutila, S. (2017). Jakamistalous matkailussa. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 183–187). Rovaniemi: Lapland University Press.



- Hsieh, H.-F. & Shannon, S. E. (2005). The approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15, 1277–1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Ikonen, H.-M. (2016). Sopiva tila, sopiva mielentila: työnä maaseutumatkailu. *Matkailututkimus*, 12(1), 44–58.
- IPCC (2018). Global Warming of 1.5 °C. Special report. Haettu 28.11.2018 osoitteesta <http://www.ipcc.ch/report/sr15/>
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9, 256–262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
- Jafari, J. & Ritchie, J. B. (1981). Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. *Annals of Tourism Research*, 8, 13–34. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90065-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90065-7)
- James, A., Ravichandran, S., Chuang, N-K. & Bolden III, E. (2017). Using lifestyle analysis to develop lodging packages for staycation travelers: An exploratory study. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18, 387–415. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2016.1250240>
- Kohijoki, A.-M. & Koistinen, K. (2018). *Kaupunkikeskusta vetovoimaisena ostosympäristönä: Ikään-tyvien kuluttajien näkökulma.* (Tutkimuskatsauksia 6/2018, Turun kaupunki.)
- Konu, H. (2016). *Customer involvement in new experiential tourism service development: Evidence in well-being and nature tourism contexts.* (Doctoral dissertation). University of Eastern Finland.
- Konu, H., Tuohino, A. & Komppula, R. (2010). Lake Wellness – a practical example of a new service development (NSD) concept in tourism industries. *Journal of Vacation Marketing*, 16, 125–139. <https://doi.org/10.1177/1356766709357489>
- Kuusela, S. (2018). Kun The Oak Barrel -vitsistä tuli juntti. *Suomen Kuvalehti*, 29.10.2018. Haettu 28.10.2018 osoitteesta <https://suomenkuvalehti.fi/hupparihorho/kun-the-oak-barrel-vitsista-tuli-juntti>
- Larsen, G. R. (2015). Distant at your leisure: Consuming distance as a leisure experience. Teoksessa S. Gammon & S. Elkington (toim.), *Landscapes of leisure* (s. 192–201). London: Palgrave Macmillan.
- Lash, S. & Urry, J. (1994). *Economies of signs and space.* London: Sage.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6, 390–407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Liminality and Tourism (2013). *Tourism Theories.* Haettu 28.10.2018 osoitteesta <http://www.tourismtheories.org/?p=700>
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79, 589–603. <https://doi.org/10.1086/225585>
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class.* New York: Schocken Books.
- Marasco, A., Buonincontri, P., van Niekerk, M., Orłowski, M. & Okumus, F. (2018). Exploring the role of next-generation virtual technologies in destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 138–148. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.12.002>
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7, 59–74. <https://doi.org/10.1080/15022250701231915>

- Oh, H., Fiore, A. M. & Jeoung, M. (2007) Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46, 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- Oskam, J. & Boswijk, A. (2016). Airbnb: The future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2, 22–42. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>
- Pizam, A. (2010). Creating memorable experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 343. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.04.003>
- Prebensen, N. K. (2014). Facilitating for enhanced experience value. Teoksessa G. A. Alsos, D. Eide & E. L. Madsen (toim.), *Handbook of research on innovation in tourism industries* (s. 154–180). Cheltenham: Edward Elgar.
- Prebensen, N. K., Woo, E., Chen, J. S. & Uysal, M. (2013). Motivation and involvement as antecedents of the perceived value of the destination experience. *Journal of Travel Research*, 52, 253–264. <https://doi.org/10.1177/0047287512461181>
- Quang, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25, 297–305. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)
- Räikkönen, J. (2014). *Enabling experiences – The role of tour operators and tour leaders in creating and managing package tourism experiences*. Turku School of Economics, Dissertations.
- Saarinen, J. (2006). Matkailu ja paikallisuus: Matkailukehityksen, paikallisuuden ja kestävyiden yhteensovittamisen haasteet Suomen Lapissa. *Alue ja Ympäristö*, 35(2), 69–78.
- Saarinen, J. (2017). Matkailun maantiede. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 42–47). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Selänniemi, T. (1996). *Matka ikuisen kesään – kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Selänniemi, T. (2003). On holiday in the liminoid playground: Place, time, and self in tourism. Teoksessa B. McKercher, & T. Bauer (toim.), *Sex and tourism: Journeys of romance, love, and lust* (s. 19–31). New York: Haworth Hospitality Press.
- Sharma, S. (2009). The great American staycation and the risk of stillness. *M/C Journal*, 12(1). Haettu 28.11.2018 osoitteesta <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/122>
- Shaw, G. & Williams, A. M. (2004). *Tourism and tourism spaces*. London: Sage.
- Sheller, M. & Urry, J. (2004). *Tourism mobilities: Places to play, places in play*. London: Routledge.
- Standing, C., Tang-Taye, J. P. & Boyer, M. (2014). The impact of the Internet in travel and tourism: A research review 2001–2010. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31, 82–113. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.861724>
- Sweeney, J. C. & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 203–220. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Talouselämä (2018). Matkailu kasvaa, mutta nyt houkuttaa myös lähiloma eli staycation: “Tiettyt ryhmät yrittävät jo tällä hetkellä välttää lentämistä”, *Talouselämä*, 17.11.2018.



- Tuan, Y.-F. (1974). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. London: Edward Arnold.
- Tung, V. W. S. & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38, 1367–1386. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Turner, V. & Turner, E. (1978). *Image and pilgrimage in Christian culture*. Columbia University Press.
- Tuulentie, S. (2017). Matkailun sosiologia. Teoksessa J. Edenheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 207–211). Rovaniemi: Lapland University Press.
- United Nations Statistical Division (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32, 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>
- Urry, J. (1995). *Consuming places*. London: Routledge.
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. London: Polity.
- Vacher, M. (2011). Consuming leisure time: Landscapes of infinite horizons. *Social Analysis*, 55(2), 45–61. <https://doi.org/10.3167/sa.2011.550203>
- van Gennep, A. (1960). *The rites of passage*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Vuoristo, K.-V. (1998). *Matkailun muodot*. Porvoo: WSOY.
- Vuoristo, K.-V. (2004). *Matkailun maailma: Kansainvälisen matkailun maantiede*. Porvoo: WSOY.
- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y. & Kwun, D. J.-W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 10–21. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.03.008>
- Williams, S. (2009). *Tourism geography: A new synthesis*. London: Routledge.
- Wixon, M. (2009). *The great American staycation: How to make a vacation at home fun for the whole family (and your wallet!)*. Avon, MA: Adams Media.
- WTO (1994). *Recommendations on tourism statistics*. United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division and World Tourism Organization. (Statistical Papers Series M, No. 83.)
- Yarnal, C. M. & Kerstetter, D. (2005). Casting off: An exploration of cruise ship space, group tour behavior, and social interaction. *Journal of Travel Research*, 43, 368–379. <https://doi.org/10.1177/0047287505274650>
- Yesawich, P. (2010). Are staycations here to stay? *Vacation News*, 29.4.2010
- YLE (2018). Ruotsalaiset maksavat pian lentoveroa – Berner tyrmää: Ei sovi Suomeen, voisi haitata Finnairia. *Yle Uutiset*, 13.3.2018.

Zhang, H., Gordon, S., Buhalis, D. & Ding, X. (2018). Experience value cocreation on destination online platforms. *Journal of Travel Research*, 57, 1093–1107. <https://doi.org/10.1177/0047287517733557>

## LIITE 1. Fokusryhmäkeskustelujen teemarunko

### Turun keskusta

- Mitä sinulle tulee ensimmäisenä mieleen, kun ajattelet Turun keskustaa?
- Mikä mielestäsi on Turun keskusta? Mikä alue kuuluu keskustaan ja mikä ei?
- Mitä Turun keskusta tarjoaa paikallisille asukkaille?
- Mitä yleensä itse teet keskustassa?
- Mitä keskustan palveluja käytät? Missä liikut ja vietät aikaa?
- Päivisin ja iltaisin (kaupungin rytmi)
- Arkisin ja viikonloppuisin
- Kenen kanssa ja miten usein?

### Keskusta – paikat ja tunteet

- Mikä on parasta Turun keskustassa?
- Mikä on huonointa Turun keskustassa?
- Millaisia ajatuksia Turun keskustan arkkitehtuuri ja tyyli herättävät?
- Onko Turun keskustassa paikkoja, jotka saavat aikaan positiivisia tunteita? Millaisia paikkoja ja millaisia tunteita? (esim. turvallisuus, onnellisuus)
- Oletko kokenut elämyksiä (positiivisia ja muistettavia tunnekokemuksia) Turun keskustassa? Millaisia?
- Onko Turun keskustassa paikkoja, jotka saavat aikaan negatiivisia tunteita? Millaisia tunteita? (esim. pelko, turvattomuus) Vältteletkö tiettyjä paikkoja?
- Onko joitain tiettyjä asioita tai paikkoja, joita erityisesti pitäisi parantaa ja kehittää?
- Miten arvioitte mahdollisen Toriparkin vaikuttavan Turun keskustaan?

### Matkailu ja staycation

- Kun menet kaupunkilomalle johonkin kaupunkiin, mitä teet?
- Voiko Turun keskustassa kokea vastaavia kokemuksia?
- Vertaa kulutustasi ja käyttäytymistäsi Turun keskustassa kaupunkilomakokemuksiisi koti- ja ulkomailla. Mitä yhteistä niillä on? Miten ne eroavat toisistaan?
- Mitä Turun keskusta tarjoaa matkailijalla?
- Miten matkailijoiden kaupunki (Turku) eroaa paikallisten kaupungista?

### Keskusta vs. kauppakeskukset

- Kuinka usein käyt kauppakeskuksissa? Mitä teet siellä? Kenen kanssa?
- Eroaako shoppailu kaupunkikeskustassa ja kauppakeskuksissa? (kulutetaanko enemmän, mitä palveluita kulutetaan?) Miksi?
- Onko kauppakeskuksissa jotain mikä kauppakeskuksista puuttuu, tai päinvastoin?

### Verkkokauppa

- Voiko verkkokauppa korvata shoppailun keskustoissa tai kauppakeskuksissa? (fyysiset tilat) Miksi tai miksi ei?
- Mitkä ovat tärkeimmät erot fyysisen kaupan ja verkkokaupan välillä? Mitä toisesta voisi ottaa toiseen?
- Kuvaile, mihin käytät verkkokauppaa, miten usein ja millä välineellä?



# Katsaus yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen matkailussa: osallisuuden mahdollisuudet pohjoisen urbaaneissa paikallisyhteisöissä

*Minni Haanpää, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

*Maria Hakkarainen, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

*Anu Harju-Myllyaho, Lapin ammattikorkeakoulu ja Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

## Abstract

The purpose of this literature review is to explore how social entrepreneurship research is conducted in the field of tourism and to consider the possibilities, limitations and challenges, which are included in it in urban, northern environment. Social entrepreneurship in tourism can be attached to a larger context of the inclusion and possibilities of inclusion, which are in tourism research discussed in terms of social and inclusive tourism. The impact of social entrepreneurship is namely on the social: communities and societies. It aims in producing meaningful influence besides economic benefit to the society. In this review, we first explore how social entrepreneurship is discussed in the field of tourism research. We also reflect what kind of viewpoints the discussions offer to social entrepreneurship in tourism in the northern, urban context. Based on the review, the central terms of social entrepreneurship in tourism are value creation, social innovations and sustainability. The aim of the social enterprises in tourism is especially to develop the living conditions of the community through, for instance, creating jobs, increasing the employability of those at risk of exclusion and supporting communities in the periphery. The social enterprises are studied very little in the context of urban north since the studies focus on rural destinations.

*Keywords: Social enterprise, social entrepreneurship, participation, community based tourism, urban tourism*

## Johdanto

Matkailusta on viimeisten vuosikymmenten aikana tullut merkittävä talouskasvun vauhdittaja, ja matkailun kehittämistä pidetään yleisesti tärkeänä sosiaalisen ja taloudellisen hyvinvoinnin edistäjänä (Sharpley, 2015, s. 5). Matkailu on mahdollista yhä useammille, mikä on lisännyt ja muuttanut matkailun kysyntää. Muun muassa autenttisuuden vaatimus ja merkitys on muuttanut muotoaan; erityisesti on voimistunut ”live like a local” -trendi (Euromonitor, 2014; Kyyrä & Rantala, 2016; Palauskaite, Powel, Coca-Stefaniak & Morrison, 2017). Matkailijat haluavat tutustua myös paikallisen arjen rosoisempiin kohtiin, kuten slummeihin – he haluavat saada kokemuksia ja elämyksiä *paikallisesta arjesta*. Toisaalta matkailijat ovat yhä tietoisempia ja kiinnostuneempia matkailutoiminnan vaikutuksista paikallisten ihmisten elämään. Uudet tarpeet edellyttävät myös uudenlaisia kehittämisen tapoja. Sosiaalisesti kestävän ja vastuullisen matkailun yksi keskeinen piirre on kohteessa asuvien ihmisten mahdollisuus itse määrittellä, miten matkailun toivotaan vaikuttavan paikallisiin toimintaympäristöihin (Dredge & Hales, 2012; Hakkarainen, 2017; Höckert, 2015; Timothy, 2012).

Matkailun vaikutuksia paikallisiin yhteisöihin voidaan arvioida sosiaalisen vaihdannan teorian eli matkailusta saatujen koettujen hyötyjen avulla. Matkailun vaikutusten paikallistalouksiin ajatellaan olevan pääasiassa myönteisiä, mutta ne voivat näkyä myös kielteisesti, esimerkiksi asumiskustannusten nousuna (Alam & Paramati 2016, s. 211–212). Matkailututkijat Nunkoo ja Ramkissoon (2012) liittävät sosiaaliseen vaihdantaan luottamuksen ja voimasuhteiden näkökulmat. Näihin puolestaan kytkeytyvät osallisuus ja osallistuminen sekä päätöksenteko eli käytännössä se, keitä otetaan mukaan keskusteluun, keiden ääntä kuullaan ja keillä on vaikutusta matkailua toteutettaessa ja kehitettäessä. Matkailun vaikutuksista puhuttaessa onkin jo pitkään keskusteltu taloudellisten hyötyjen ohella muun muassa yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta. Yksi tapa edistää yhteiskunnallista vaikuttavuutta ja eri sidosryhmien osallisuutta on yhteiskunnallinen yrittäjyys, jonka tavoitteena on tuottaa hyötyjä ympäröiviin yhteisöihin ja yhteiskuntaan.

Katsauksemme tarkoituksena on tarkastella matkailututkimuksen kentällä tehtyä yhteiskunnallisen yrittäjyyden tutkimusta ja pohtia sen pohjalta, millaisia mahdollisuuksia, rajoitteita ja haasteita siihen liittyy pohjoisissa urbaaneissa ympäristöissä. Kiinnitämme pohjoisen urbaanit ympäristöt pohjoismaiseen ja erityisesti suomalaiseen hyvinvointiyhteiskuntaan. Yhteiskunnallinen yrittäjyys matkailussa voidaan kytkeä yleisemmin osallisuuteen ja osallistumisen mahdollisuuksiin, joista on keskusteltu käyttäen sosiaalisen ja osallistavan matkailun käsitteitä. Tarkastelemmekin aluksi sitä, miten sosiaalinen osallisuus on ollut esillä matkailututkimuksen keskusteluissa. Sen jälkeen esittelemme yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä käytyä keskustelua matkailututkimuksessa. Lopuksi pohdimme, millaisia näkökulmia käydyt tutkimuskeskustelut tarjoavat matkailun yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen pohjoisissa urbaaneissa ympäristöissä.

Vaikka matkailututkimuksen keskusteluissa ja myös käytännön elämässä matkailu usein ymmärretään eräänlaiseksi perusoikeudeksi (esim. Higgins-Desbiolles, 2012, s. 60–61), matkailua on myös kritisoitu sen valikoivan luonteen vuoksi. Esimerkiksi kaupunkeja esitetään, säädellään ja tuotetaan matkailun kautta tiloiksi, jotka on suunnattu keskiluokkaiselle kuluttajuudelle. Toimintatapaan on sisäänkirjoitettu tiettyjä ryhmiä koskeva sosiaalinen eksklusio eli

ulossulkeminen. (Mordue, 2005, s. 180.) Matkailun sosiaaliseen osallisuuteen liittyvissä keskusteluissa on käytetty useita käsitteitä, jotka kuvaavat edellä mainittua ilmiötä. Muiden muassa sosiaalinen matkailu, inklusiivinen matkailu, esteetön matkailu sekä yhteiskunnallinen yrittäjyys kuvaavat ilmiötä, jossa pyritään tavalla tai toisella laajentamaan matkailun hyödynsaajien joukkoa sen tavanomaisten osallistujien ulkopuolelle. (esim. Minnaert, Maitland & Miller, 2011; Morgan, Pritchard & Sedgley, 2015; Scheyvens & Biddulph, 2018.) Yhteistä näille käsitteille on, että niiden voidaan kaikkien katsoa kuuluvan sosiaalisesti kestävän ja vastuullisen matkailun piiriin. Seuraavassa avaamme lyhyesti sosiaalisen ja inklusiivisen matkailun käsitteitä, jotka toimivat yhteiskunnallisen yrittäjyuden keskustelun lähtökohtina.

Sosiaalisen matkailun määrittely on haastavaa, sillä se tarkoittaa monenlaisia aloitteita ja toimenpiteitä moninaisille ryhmille (ks. esim. Harju-Myllyaho & Jutila, 2016; Jutila & Harju-Myllyaho, 2017; Minnaert 2007, s. 12–14; Minnaert ym., 2011, s. 403). Siinä missä osallisuus ja ulossulkeminen ovat vastaparit, Minnaert, Maitland ja Miller (2006, s. 7) toteavat sosiaalisen matkailun vastustavan sosiaalista ulossulkemista. Minnaert ym. (2011, s. 404–405) avaavat sosiaalisen matkailun käsitettä neljän eri näkökulman kautta: 1) osallistava malli, 2) inklusiomalli, 3) sopeutettu malli ja 4) stimulaatiomalli. Osallistava malli kannustaa taloudellisesti tai muuten heikommassa asemassa olevia osallistumaan matkailuaktiviteetteihin. Inklusiomalli puolestaan kannustaa kaikkia osallistumaan matkailuun, mukaan lukien heikommassa asemassa olevat. Näissä kahdessa mallissa matkailutuote on kaikille sama. Sopeutetussa mallissa matkailutuotetta on mukautettu tietyille kohderyhmälle sopivammaksi. Stimulaatiomalli keskittyy tuottajien näkökulmaan: tarkoituksena on tuottaa hyötyä paikallisille toimijoille ja vilkastuttaa hiljaisempia sesonkeja. (Minnaert ym. 2011, s. 404–405; ks. myös Komppula, Ilves & Airey, 2016.)

Sosiaalisen matkailun eri mallit eroavat toisistaan siinä, kenelle matkailupalvelu on suunnattu ja kuka siitä hyötyy. Yleisesti ajatellaan, että sosiaalisen matkailun kohteena ovat ne, jotka haluavat matkailla mutta jotka eivät sosioekonomisista syistä pysty siihen. Tämä on kuitenkin yksipuolinen näkökulma sosiaaliseen matkailuun. Minnaert ym. (2011, s. 407) mukaan sosiaalisen matkailun ero muuhun matkailuun voidaan nähdä myös moraalisenä lisäarvona, jonka ensisijainen tavoite on hyödyttää joko emäntää/isäntää tai vierailijaa matkailun vaihdannassa. Sosiaalista matkailua koskeva keskustelu näyttää kuitenkin painottuvan asiakasnäkökulmaan ja esteettömyyden huomioimiseen. Vähemmän keskustelua on käyty siitä, keitä paikallisilla asukkailla tarkoitetaan sosiaalisen matkailun kontekstissa.

Suhtautuminen sosiaaliseen matkailuun riippuu pitkälti ympäröivästä yhteiskunnasta (esim. Diekmann & McCabe, 2011; Hjalager, 2006). Esimerkiksi Skandinaviassa ajatellaan yleisesti matkailun olevan perusoikeus, jolloin katsotaan, että valtion on perusteltua tukea niitä, joilla ei muuten ole mahdollisuutta matkailuun (Minnaert ym., 2006, s. 8). Tämä on vallitseva ajattelutapa myös Suomessa (ks. Komppula, Ilves & Airey, 2016). Matkailun osallisuuteen liittyvät sosiaaliset näkökulmat riippuvat siis yhteiskunnallisesta kontekstista. Suomessa sosiaalinen matkailu liitetään hyvinvointivaltion rakenteisiin ja tasa-arvoon, kun taas esimerkiksi Britanniassa keskustelua ohjaa luokkayhteiskuntaan perustuva yhteiskuntarakente ja kehittyvissä maissa sitä ohjaavat niiden erilaiset yhteiskunnalliset rakenteet (Honkanen & Mustonen, 2005; Walton, 2013).

Inklusiivinen matkailu eroaa matkailumaantieteilijöiden Scheyvensin ja Biddulphin (2018) mukaan sosiaalisesta matkailusta siinä, että sosiaalinen matkailu keskittyy asiakasnäkökulmaan, kun taas inklusiivinen matkailu huomioi sekä asiakkaan että paikallisen tai tuottajan näkökulman. Minnaertin ym. (2011, s. 7) mukaan myös sosiaalinen matkailu käsittää nämä näkökulmat. Käsitteistä ei siis matkailututkimuksen kirjallisuudessa vallitse yksimielisyyttä. Inklusiivinen matkailu voidaan ymmärtää muutosvoimaisena ilmiönä, jossa marginalisoidut ryhmät tulevat mukaan matkailun tuottamiseen tai kuluttamiseen sekä jakamaan näistä saatuja hyötyjä. Scheyvens ja Biddulph (2018, s. 2–4) esittävätkin, että inklusionäkökulmiin perustuva matkailun kehittäminen tarkoittaa perinteistä laajempaa joukkoa, joka pääsee osalliseksi matkailun eri osa-alueista ja hyödyistä. Tämä johtaa myös “matkailun kartan uudelleenpiirtämiseen” ja uusien, kokemuksia ja kohtaamisia mahdollistavien paikkojen (sites), syntymiseen. Muutosvoiman kirjoittajat ymmärtävät epätasa-arvon sekä eri paikkoihin ja ihmisryhmiin liittyvän erottelun käsittelynä, ja toisaalta stereotyyppien sekä yleistävien historiantulkintojen haastamisena. (Scheyvens & Biddulph, 2018, s. 2–4.) Inklusiivinen matkailu sisältää hyötyjä, joita ei voida mitata vain talouden mittarein (kuten bruttokansantuotteella) vaan jotka tulevat näkyviin yhteiskunnallisessa ja alueellisessa kanssakäymisessä ja kehityksessä.

Sosiaalisen ja osin inklusiivisen matkailun tarkastelut ovat kiinnittyneet pitkälti kuluttaja- ja yksilölähtöisiin lähestymistapoihin (esim. Hughes, 1991; McCabe & Johnson, 2013; Minnaert, 2012). Paikallisuutta ja osallisuutta puolestaan on tarkasteltu jo pitkään yhteisölähtöisen matkailun keskusteluissa (*community based tourism*). Yhteisölähtöisellä matkailulla tarkoitetaan matkailua, jonka päähuomio on yhteisön hyvinvoinnin edistämisessä. Muita paikallisten osallisuutta tarkastelevia lähestymistapoja ovat esimerkiksi kestävä matkailu, ekomatkailu, alkuperäiskansamatkailu sekä köyhyyttä ja eriarvoisuutta vähentävä matkailu (pro-poor-tourism). Näitä käsitteitä hyödyntävät tarkastelut käsittelevät useimmiten erilaisia reuna-alueita tai kehittyviä maita. Yhteisölähtöisen matkailututkimuksen tyypilliset kohteet sijaitsevat reuna-alueilla, ja paikallisen osallisuuden tarkastelut kohdistuvat useimmiten pienten yhteisöjen toimintaan. (Dredge & Hales, 2012; Harrison & Schipani, 2007; Höckert, 2015; Murphy, 1985; Scheyvens, 2007; Schilcher, 2007; Tosun, 2000.)

## Yhteiskunnallinen yritys ja yrittäjyys matkailussa

Yhteiskunnallista yrittäjyyttä voidaan pitää yhtenä sosiaalisen matkailun muotona ja matkailun inklusiivisuutta edistämään pyrkivänä toimintamuotona. Yhteiskunnallisten yritysten tavoitteena on tuottaa toiminnallaan taloudellista voittoa laajempia vaikutuksia ympäristöönsä ja mahdollisesti yleisemminkin yhteiskuntaan. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden vaikutus kohdistuu nimenomaan sosiaaliseen: yhteisöihin ja yhteiskuntiin. Tämä näkökulma erottaa yhteiskunnallisen yritystoiminnan keskustelut kestävän matkailun yritystoimintaa koskevista keskusteluista. Kestävä matkailu voi kohdistua esimerkiksi ekologiseen kestävyyspainottamatta suoranaisesti matkailun sosiaalisia vaikutuksia, kun taas yhteiskunnallisessa yrittäjyydessä sosiaaliset vaikutukset ja sosiaalinen muutos ovat yritystoiminnan ensisijainen tavoite. Yhteiskunnallisten yritysten toiminta sitoutuu inklusiivisen matkailun periaatteisiin ja mah-



dollistaa uusien ryhmien osallistumisen matkailutoimintaan (ks. Scheyvens & Biddulph, 2018). Sheldonin, Pollockin ja Danielen (2017, s. 7) mukaan matkailun yhteiskunnalliset yritykset ovat “yrittäjien toimesta perustettuja yksityisiä, osin yksityisiä tai säätiömuotoisia muutosagentteja, joiden missiona on matkakohteen sosiaalisten ongelmien ratkominen”.

Englanninkielisessä tutkimuksessa käytetään käsitteitä *social enterprise* ja *social entrepreneurship* (esim. Sheldon & Daniele, 2017; ks. myös Kohllechner-Autto & Nisula, 2018, s. 59). Suomen kielessä ilmiölle on kuitenkin kaksi käsitettä: sosiaalinen yrittäjyys ja yhteiskunnallinen yrittäjyys. Näiden tausta ei ole tieteellisessä keskustelussa vaan suomalaisessa sääntely-ympäristössä. Sosiaalinen yritys on Suomessa määritelty lainsäädännössä: yritykseksi, joka työllistää heikommassa työmarkkina-asemassa olevia, esimerkiksi pitkäaikaistyöttömiä (ks. Kohllechner-Autto & Nisula, 2018, s. 60–61). Työ- ja elinkeinoministeriö määrittelee verkkosivuillaan, että “sosiaalinen yritys ei yrityksenä poikkea muista yrityksistä. Se tuottaa tavaroita ja palveluja markkinoille ja tavoittelee voittoa kuten muutkin yritykset. Sosiaalinen yritys voi toimia millä toimialalla tahansa. Se maksaa kaikille työntekijöilleen työehtosopimuksen mukaisen palkan ja se on aina merkitty kaupparekisteriin. Erona muihin yrityksiin on, että sosiaalisen yrityksen työllistämistä työntekijöistä vähintään 30 prosenttia on vajaakuntoisia tai yhteensä vajaakuntoisia ja pitkäaikaistyöttömiä”. (Laki sosiaalisista yrityksistä (1351/2003); Sosiaalinen yritys.)

Tässä katsauksessa käytämme termeistä *social enterprise* ja *social entrepreneurship* suomenkielisiä nimityksiä yhteiskunnallinen yritys ja yhteiskunnallinen yrittäjyys. Yhteiskunnallisen yrityksen käsitteellekin on Suomessa oma empiirinen määritelmänsä: Suomalaisen työn liitto myöntää Yhteiskunnallinen yritys -merkkiä yrityksille, jotka harjoittavat vastuullista liiketoimintaa ja joiden ensisijainen tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen. Matkailututkimuksen kirjallisuudessa käsiteltävien yhteiskunnallisten yritysten toiminta on todennäköisesti pääosin tämän laajan määritelmän mukaista. Merkin saaneita yrityksiä on tätä kirjoitettaessa 213. Enemmistö niistä tarjoaa erilaisia kuntouttavia tai hoivapalveluita. Joukossa on muutama matkailualan yritys, esimerkiksi Hyvärilän nuoriso- ja matkailukeskus Nurmeksessa sekä Pikku-Syöte Pudasjärvellä. (Suomalaisen työn liitto, 2018.)

Yhteiskunnallisen yrittäjyyden keskustelu on matkailututkimuksessa ollut melko vähäistä ja hajanaista. Vuonna 2017 ilmestynyt vertaisarvioitu kokoomateos *Social Entrepreneurship and Tourism: Philosophy and Practice* (Sheldon & Daniele, 2017) kokoaa kuitenkin aiheesta käytyä tutkimuskeskustelua. Katsaustamme varten teimme kirjallisuushaun, jossa etsimme artikkeleita seuraavista tietokannoista: CABI, Ebsco (Tourism and Hospitality Elite) ja Science Direct. Käytimme hakulausekkeita ‘social entrepreneurship’ AND ‘tourism’, ‘social tourism’ ja ‘inclusive tourism’. Koska tarkoituksemme on luoda katsaus viimeaikaiseen keskusteluun, rajasimme haun koskemaan vuosia 2014–2018. Haku ei sisältänyt kirjoissa tai muissa kokoomateoksissa julkaistuja artikkeleita. Haun tuloksena löytyi 333 artikkelia. Kävimme löytyneet artikkelit läpi manuaalisesti ja poistimme aineistosta aiheeseen liittymättömät sekä päällekkäiset artikkelit. Poistimme ensinnäkin matkailuun liittymättömät artikkelit. Lisäksi päädyimme poistamaan artikkelit, joiden otsikoissa ei mainittu termiä ‘social entrepreneurship’ tai ‘social enterprise’, koska artikkeleiden teemat eivät useinkaan millään tavalla liittyneet yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen tai yhteiskunnallisiin yrityksiin. Lisäsimme aineistoon joitakin relevantteja artikkeleita,

jotka löysimme analyysiprosessin aikana mutta jotka eivät olleet löytyneet suoraan tekemiemme hakujen avulla. Edellä mainittujen poistojen ja lisäysten jälkeen aineisto käsitti yhteensä 22 journal-artikkelia. Aiemmin mainittua kokoomateosta (Sheldon & Daniele, 2017) käytimme apuna katsauksen kommentoinnissa ja täydentäjänä. Lisäksi hyödynsimme kommentoinnissa matkailututkimuksen yhteisölähtöisen matkailun keskusteluja, joiden teemat ovat lähellä ja osin päällekkäistä yhteiskunnallisen yrittäjyyden keskustelujen kanssa (Dredge & Hales, 2012; Höckert, 2015; Murphy, 1985; Tosun, 2000).

Keskustelu aiheesta on jakautunut useisiin eri matkailututkimuksen julkaisuihin, mutta eniten aihetta käsitteleviä artikkeleita on julkaissut *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, joka julkaisi vuonna 2016 aiheeseen liittyvän teemanumeron (Okumus, Chen, Barber, Chan & Legrand, 2016). Yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen keskittyvä matkailututkimus on ollut pitkälti empiiristen aineistojen pohjalta tehtyä laadullista tarkastelua yritysten toiminnasta, toiminnan edellytyksistä ja sen seurauksista (esim. Altinay, Sigala & Waligo, 2016; Bid-dulph, 2018; Chirozva, 2015; Mottiar, Boluk & Kline, 2018). Yhteiskunnallisen yrittäjyyden ja yrityksen käsitteellistämiseen pyrkiviä artikkeleita oli aineistossa vain kaksi; muissa artikkeleissa lyhyt käsitteiden määrittely pohjusti empiirisiä tutkimusasetelmia (Aquino, Lück & Schänzel, 2018; Sigala, 2016).

Artikkeleissa tutkitut yritykset jakautuvat laajasti matkailun eri toimialoille. Mukana olivat muun muassa seuraavat toimialat: majoituspalvelut, ravintolapalvelut, yhteisöpohjaiset matkailupalvelut, käsityöyrittäjyys, esittävä taide ja tapahtumajärjestäminen (ks. esim. Alegre & Bergebal-Mirabent, 2016; Apostolopoulos, Newbery & Gkartzioc, 2018; Biddulph, 2018; Dickerson & Hassanien, 2017; Mody, Day, Sydnor & Jaffe, 2016; Sloan, Legrand & Simons-Kaufmann, 2014). Maantieteellisesti ja alueellisesti yhteiskunnalliset yritykset matkailussa näyttäytyvät sijoittuvan kehittyviin maihin ja maaseudulle (esim. Laeis & Lemke, 2016; Porter, Orams & Lück, 2018). Artikkeleissa käsiteltävien yhteiskunnallisten yritysten yritysmuodot vaihtelevat. Yritykset saattavat toimia yhdessä tai osana voittoa tavoittelemattomien yhdistysten, säätiöiden tai järjestöjen toimintaa; osa tutkituista yrityksistä on yrittäjä- ja osa yhteisövetoisia (esim. Iorgulescu & Sidonia Răvar, 2015; Mottiar, 2016; von der Weppen & Cochrane, 2012; Wang, Duan & Yu, 2016). Yrityksen muoto ei siis kerro, onko kyseessä yhteiskunnallinen yritys, vaan kyse on enemmänkin yrityksen arvontuotannon lähtökohdista ja toiminnasta.

## Sosiaalinen arvontuotanto yritystoiminnan lähtökohtana

Yhteiskunnallisessa yritystoiminnassa keskeisiä käsitteitä ovat sosiaalinen arvonluonti, sosiaaliset innovaatiot ja kestävyys. Yhteiskunnallinen yritys operoi markkinoilla, mutta sen tavoitteena on toimia disruptiivisesti, perinteisiä toimintamalleja haastaen ja muuttaen. (Aquino ym., 2018, s. 24–25.) Matkailun yhteiskunnallisten yritysten arvontuotannon tavoitteena on erityisesti yhteisön elinolojen kehittäminen esimerkiksi matkailun tarjoamien työpaikkojen avulla, vaikeasti työllistyvien työllistäminen sekä yhteisöjen ylläpito ja tukeminen periferiassa. Yhteiskunnallisia yrityksiä on myös suurissa kaupungeissa. Esimerkiksi Myö Hostel Helsingissä palkkaa kehitysvammaisia työntekijöitä (Myö Hostel, 2018).

Aquino ym. (2018, s. 26–29) ovat kehittäneet yhteiskunnallista yrittäjyyttä koskevan kestävä-  
 vän yhteisökehittämisen käsitteellisen mallin. Heidän mukaansa yhteiskunnallisen yrittäjyyden  
 lähtökohtana tulee olla systeeminen ajattelu, jonka myötä siirrytään pirstaleisesta kehittämisestä  
 kohti kokonaisvaltaisia näkökulmia. Yhteisöt voivat nykyään olla joko alueisiin perustuvia tai  
 niihin liittymättömiä, mutta matkailussa yhteisöjä määrittää Aquinon ym. (2018) mukaan yhteinen  
 maantieteellinen konteksti. Yhteisöä ei kuitenkaan tule rajata pelkästään jonkin alueen  
 sisällä oleviin ihmisiin, vaan tulee tarkastella sitä, kuinka yhteisön jäsenet ovat vuorovaikutuk-  
 sessa matkailun kehittämisen prosesseissa. Tällainen yhteisön käsitteellistäminen korostaa  
 kehittämisen eetosta. Sheldonia ym. (2017) seuraten Aquino ym. (2018, s. 27) määrittävät mat-  
 kailun yhteiskunnalliset yrittäjät ”muutosagenteiksi”, jotka käyttävät kykyjään ja osaamistaan  
 kohteiden kestäväan kehitykseen. Yhteiskunnallisilta yrittäjiltä edellytetään ymmärrystä sekä  
 paikallisesta kontekstista että laajempaan toimintaympäristöön liittyvien voimien – kuten alu-  
 eellisten ja kansallisten strategioiden ja matkailujavirtojen – vaikutuksista (Aquino ym., 2018, s.  
 27; Dredge, 2017). Yhteisön kehittäminen on solidaarisuuden ja toimijuuden rakentamista mie-  
 lekkään inklusion keinoin. Aquinon ym. (2018, s. 28) mukaan kaksi yleisintä strategiaa edellä  
 mainitun tavoitteen saavuttamiseksi ovat sosiaalisten innovaatioiden ja markkinaorientaation  
 strategiat.

Myös Sigala (2016) on tarkastellut matkailun yhteiskunnallisten yritysten sosiaalisen arvon-  
 luonnin ja yhteisöjen muutoksen prosesseja. Hänen lähtökohtanaan ovat keskustelut markki-  
 noista sosiaalisena konstruktiona, joka kehittyy jatkuvasti ja on koko ajan myös useiden toi-  
 mijoidensa muutosyritysten kohteena (Sigala, 2016, s. 1253). Markkinat voidaan ymmärtää  
 ”sosio-materiaalisina toimintoina, jotka järjestävät taloudellistettuja vaihtoja” (Nenonen ym.,  
 2013, Sigalan, 2016, s. 1254 mukaan). Sigala (2016) kuvaa matkailun yhteiskunnallisten yritysten  
 arvonluontia ”markkinoiden kanssa oppimisena”. Jotta toimija voi luoda arvoa markkinoilla,  
 sen täytyy osallistua prosesseihin, joilla vaikutetaan markkinoiden käytäntöihin. Voidakseen  
 muuttaa markkinoiden toimintaa toimijan eli tässä tapauksessa yrityksen tulee valita strategia,  
 joka perustuu markkinoiden ”käsikirjoittamiseen” eikä vain niiden ymmärtämiseen. Jotta yhteis-  
 kunnalliset yritykset voivat kehittää ja muokata markkinoita ja luoda sitä kautta sosiaalista  
 arvoa, niiltä edellytetään Sigalan (2016, s. 1255) mukaan ensinnäkin verkostomaista rakennetta.  
 Se viittaa yrityksen kykyyn kehittää ja ylläpitää verkostoja ja yhteyksiä muiden markkinatoimi-  
 joiden kanssa resurssien vaihtamiseksi ja arvon yhteistuottamiseksi. Toiseksi yhteiskunnalli-  
 silta yrityksiltä edellytetään markkinakäytäntöjen oppimista, mikä tarkoittaa sellaisten tapojen  
 ja instituutioiden tunnistamista, jotka tukevat toimijan vuorovaikutusta ja resurssien vaihtoa  
 markkinoilla. Kolmanneksi tarvitaan ymmärrystä markkinakuvista (*market pictures*), joiden  
 avulla toimija voi ymmärtää ja tulkita markkinoita, mikä taas vuorostaan vaikuttaa markkina-  
 käytäntöihin. (Sigala, 2016, ss. 1254–1256.)

Sosiaalinen arvo ja sen luominen määritetty empiirisissä artikkeleissa tiettyjen teemojen  
 mukaisesti. Länsimaihin ja urbaaneille alueille sijoittuvat tarkastelut, joita aineistossamme on  
 vain muutama, painottavat yhteiskunnallisten yritysten sosiaalisena missiona useimmiten työn  
 tarjoamista vaikeasti työllistyville henkilöille (esim. de Lange & Dodds, 2017; Peng & Lin, 2016).  
 Suurin osa matkailun yhteiskunnallisen yrittäjyyden tarkasteluista keskittyy globaaliin etelään

ja kehittyviin maihin. Nämä tarkastelut painottavat matkailutyön ja innovaatioiden avulla tapahtuvaa yhteisöjen ylläpitoa ja tukemista usein perifeerisissä olosuhteissa. Usein korostuu myös yritystoiminnan ympäristövastuu esimerkiksi erilaisten ekologisten matkailu- ja majoituspalveluiden muodossa. (esim. Boukas & Chourides, 2016; Chirozva, 2015; Peredo & Wurzelmann, 2015.) Näin yhteiskunnallisiin yrityksiin keskittyvä tutkimus on teemoiltaan lähellä yhteisöpohjaisen matkailun keskustelua. Kaikissa aineistomme artikkeleissa yritysten yhteiskunnallisen vastuun kohteena korostuvat paikallisyhteisöt. Joissakin tarkasteluissa on mukana pyrkimys vaikuttaa yhteiskunnallisiin teemoihin laajemminkin, mutta paikallisyhteisöt ovat ensisijaisia toiminnan kohteita ja toiminnan sosiaalinen sekä taloudellinen arvo muodostuu niiden kautta.

Matkailuun kiinnittyvien paikallisyhteisöjen moninaisuuden ja osallisuuden muotojen tarkastelu on tyyppillistä yhteisölähtöisessä matkailun tutkimuksessa. Paikallisyhteisöjen osallisuuden – osallistamisen ja osallistumisen – näkökulmasta Höckert (2015) nostaa esiin kysymyksen: miten ja kuka määrittelee matkailun kehitykseen osallistuvan yhteisön? Paradoksaalisesti osallistuva yhteisö on näyttänyt usein määrittyvän ulkopuolisten toimijoiden näkökulmasta. (Höckert, 2015, s. 59.) Yhteisön osallisuuden tarkastelun tapa on kuitenkin muuttunut: elinkeinolähtöisistä tarkasteluista, joissa paikallisyhteisöä käsitellään osana matkailutuotetta ja matkailun toimintaympäristöä, on siirrytty kohti kokonaisvaltaisempia, yhteisön hyvinvointia korostavia asetelmia (Dredge & Hales, 2012; Höckert, 2015; Komppula, 2014; Murphy, 1985; Tosun, 2000). Yhteiskunnallinen yrittäjyys matkailussa nähdään kirjallisuudessa nimenomaan mahdollisuutena yhteisöille välttää ulkoapäin määrittävää matkailun kehittämistä (esim. Sheldon & Daniele, 2017).

## Yhteiskunnallisen yritystoiminnan mahdollisuuksista pohjoisessa urbaanissa matkailuympäristössä

Kuten tekemämme katsaus osoitti, yhteiskunnallisia yrityksiä globaalin pohjoisen kontekstissa – puhumattakaan Pohjoismaista – on tutkittu vähän. Lisäksi tarkastelut keskittyvät maaseuduilla sijaitseviin kohteisiin. Matkailun nykyiset paikallisuutta korostavat kehityssuunnat edellyttävät kuitenkin myös urbaanin tilan, paikan ja yhteisön monitahoista huomioimista. Urbaanien alueiden matkailun kehittämisessä osallisuuden kysymykset ovat nousseet uudelleen keskiöön matkailun haittavaikutusten koetellessa sosiaalista kantokykyä (Coccosis & Mexa, 2017; Novy & Colomb, 2017; Seraphin, Sheeran & Pilato, 2018). Esimerkiksi useissa Euroopan perinteisissä matkailukaupungeissa, kuten Venetsiassa, Barcelonassa ja Amsterdamissa, paikalliset asukkaat ovat nousseet vastustamaan kotialueidensa (hallitsemattomasti) kasvavaa matkailua. Myös vastuullisuuden näkökulmasta matkailun hyötyjen tasapuolinen levittäminen on alati käynnissä – ja kesken – oleva tavoite.

Asworthin ja Pagen (2011, s. 2) urbaanin matkailun tutkimuksen teemoittelu osoittaa, että yhteisölähtöinen matkailun kehittäminen tai paikallisen osallisuuden näkökulmat ovat jääneet kokonaan urbaanin matkailun tutkimuksen ulkokehälle. Urbaanien reuna-alueiden kehittämisen keskustelut onkin käyty pääsääntöisesti matkailututkimuksen sijaan aivan muilla tieteenaloilla, kuten sosiaalityössä, sosiologiassa ja kaupunkitutkimuksessa (esim. Kortteinen, 1982;

Roivainen, 1999; Staffans, 2004; Stjernberg, 2015). Periferian asema suhteessa keskukseen on vallankäytöllisesti epätasa-arvoinen ja usein maantieteellisesti etäinen. Myös urbaanien ympäristöjen reuna-alueet määrittävät eräänlaisina, ei maantieteellisinä vaan poliittisinä, periferioina. Syrjäisten alueiden matkailutoiminnan kehukset, jotka määrittävät paikallista arkea ja alueiden kehittämistä, määritellään poliittisen vallan keskuksissa sekä länsimaisen kulutuksen viitekehyydessä. (Ks. Brown & Hall, 2000, s. 1–3; Chaperon & Bramwell, 2013, s. 149; Hakkarainen, 2017, s. 17.)

Urbaanien reuna-alueiden ja yhteisöjen paitsiota selittää osin se, että matkailun tuomat edut keskuksiin yleistetään koskemaan koko kaupunkikeskusta. Lukuisat tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet, että matkailun myönteiset vaikutukset eivät leviä tasaisesti matkailun keskusalueillakaan ja että paikalliset ja paikallisyhteisöt eivät ole yhtenäinen ryhmä, joka hyötyy matkailusta tasapuolisesti (ks. Hakkarainen, 2017; Hall, Jenkins & Kearsley, 1997; Höckert 2015; Wall & Mathieson, 2006.) Matkailun myönteiset taloudelliset vaikutukset leviävät esimerkiksi Lapissa laajojen työssäkäyntialueiden myötä jopa yli sadan kilometrin säteelle, mutta varsinainen matkailutoiminta tiheimpine vaikutuksineen keskittyy tietyille alueille keskusten sisällä. Näin matkailun reuna-alueita on myös keskuksissa, etenkin kaupunkikohteissa. Urbaanien reuna-alojen ja yhteisöjen puuttumista tutkimuksesta selittää myös se, että paikallisuuden, paikallisyhteisön ja paikallisen osallisuuden määrittely on vaikeaa tarkasteltaessa laajoja urbaaneja paikallisyhteisöjä. Vaikka urbaanit reuna-alueet eivät matkailututkimuksessa näy, aiheesta on kuitenkin käytännön esimerkkejä, jotka ovat saaneet jonkin verran huomiota. Hyvä esimerkki on ruotsalainen yhteiskunnallinen matkailuyritys Tikitut, jonka keskeisinä arvoina ovat paitsi ekologinen myös taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys matkailussa (Tikitut, 2018). Myös Kööpenhaminassa toimiva Street Voices tuo esille kaupunkia paikallisesta näkökulmasta, jota matkailussa ei yleensä tarjota. Street Voices tuottaa kaupunkikierroksia, joiden oppaina toimivat entiset asunnottomat. (Visit Copenhagen, 2018.)

Olemme katsauksessamme pohtineet matkailun yhteiskunnallista yrittäjyyttä monista eri näkökulmista. Yhteiskunnallinen yrittäjyys matkailun saralla voi tarkoittaa lisääntyvää osallisuutta matkailualueilla, ja näin se voi lisätä vastuullisuutta ja kestävyyttä. Aihe liitetään kuitenkin matkailututkimuksessa usein syrjäisille alueille tai kehittyviin maihin. Niiden lisäksi on syytä pohtia, millaisia uusia mahdollisuuksia autenttisuuden ja paikallisuuden kaipuu tuottaa yhteiskunnallisille yrityksille ja yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle urbaanissa pohjoisessa ympäristössä. *Living like a local* -trendiä hyödyntävät ja toteuttavat matkailun jakamistalouden palvelut ovat jo kotoutuneet osaksi pohjoisen matkailun toimintaympäristöjä, ja viitteitä yhteiskunnallisen yrittäjyyden kehittymisestä on olemassa. Lukuisat kysymykset jäävät vielä avoimiksi. Mahdollistaako nykyinen sääntely-ympäristö Suomessa yhteiskunnallisen yrittäjyyden, joka voitaisiin nähdä kilpailukykyisenä liiketoimintana? Voidaanko matkailun hyötyjä levittää myös urbaaneille reuna-alueille ja mitä matkailun osallisuus tarkoittaa näillä alueilla: ketkä ovat osallisia ja millaisia ovat osallisuuden paikat? Esimerkiksi Helsingissä matkailijat haluavat jo vierailulla "Piritorilla" ja lähiöissä, mutta miten ja ketkä heidät sinne opastavat? Vastapainoksi perinteisille maaseudun ja periferioiden yhteisöjen osallisuuden tarkasteluille matkailussa tarvitaan lisää urbaaniin yhteisöllisyyteen kiinnittävää tutkimusta.

## Lähteet

- Alam, S. M. & Paramati, S. R. (2016). The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist? *Annals of Tourism Research*, 61, 111–126. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.09.008>
- Alegre, I. & Berbegal-Mirabent, J. (2016). Social innovation success factors: Hospitality and tourism social enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1155–1176. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0231>
- Altinay, L., Sigala, M. & Waligo, V. (2016). Social value creation through tourism enterprise. *Tourism management*, 40, 404–417. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.011>
- Apostolopoulos, N., Newbery, R. & Gkartzios, M. (2018). Social enterprise and community resilience: Examining a greek response to turbulent times. *Journal of Rural studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.03.017>
- Aquino, R. S., Lück, M. & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001>
- Ashworth, G. & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, 32, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Biddulph, R. (2018). Social enterprise and inclusive tourism: Five cases in Siem Reap, Cambodia. *Tourism Geographies*, 20, 610–629. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1417471>
- Boukas, N. & Chourides, P. (2016). Niche tourism in Cyprus: Conceptualising the importance of social entrepreneurship for the sustainable development of islands. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 5(1), 26–43. <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2016.077128>
- Brown, F. & Hall, D. (2000). Introduction: The paradox of peripherality. Teoksessa F. Brown, D. D. Hall & D. R. Hall (toim.), *Tourism in peripheral areas: Case studies* (s. 1–6). Clevedon: Channel View Publications.
- Chaperon, S. & Bramwell, B. (2013). Dependency and agency in peripheral tourism development. *Annals of Tourism Research*, 40, 132–154. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.08.003>
- Chirozva, C. (2015). Community agency and entrepreneurship in ecotourism planning and development in the great limpopo transfrontier conservation area. *Journal of Ecotourism*, 14, 185–203. <https://doi.org/10.1080/14724049.2015.1041967>
- Coccosis, H. & Mexa, A. (2017). *The challenge of tourism carrying capacity assessment: Theory and practice*. New York: Routledge.
- de Lange, D. & Dodds, R. (2017). Increasing sustainable tourism through social entrepreneurship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 1977–2002. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2016-0096>
- Diekmann, A. & McCabe, S. (2011). Systems of social tourism in the European Union: A critical review. *Current Issues in Tourism*, 14, 417–430. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.568052>



- Dickerson, C. & Hassanien, A. (2017). Restaurants' social enterprise business model: Three case studies. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19, 192–216.  
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2017.1363009>
- Dredge, D. (2017). Institutional and policy support for tourism social entrepreneurship. Teoksessa P. J. Sheldon & R. Daniele (toim.), *Social entrepreneurship and tourism: Philosophy and practice* (s. 35–56). Cham: Springer.
- Dredge, D. & Hales, R. (2012). Community case study research. Teoksessa L. Dwyer, A. Gill & N. Seetaram (toim.), *Handbook of research methods in tourism: Quantitative and qualitative approaches* (s. 417–437). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Euromonitor (2014). *World Travel Market Global Trends Report 2014*. Haettu 17.12.2018 osoitteesta <https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/industry-research/World-Travel-Market-Global-Trends-Report-2014.pdf>
- Hakkarainen, M. (2017). *Matkailutyön ehdot syrjäisessä kylässä*. (Acta Universitatis Lapponiensis 357). Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Hall, C. M., Jenkins, J. M. & Kearsley, G. (toim.) (1997). *Tourism planning and policy in Australia and New Zealand: Cases, issues and practice*. Sydney: NSW.
- Harju-Myllyaho, A. & Jutila, S. (2016). Viewpoints on inclusion in tourism: From accessible tourism to accessible hospitality. *Matkailututkimus*, 12(2), 33–34.
- Harrison, D. & Schipani, S. (2007). Lao tourism and poverty alleviation: Community-based tourism and the private sector. *Current Issues in Tourism*, 10, 194–230. <https://doi.org/10.2167/cit310.0>
- Higgins-Desbiolles, F. (2012). Resisting the hegemony of the market: Reclaiming the social capacities of tourism. Teoksessa S. McCabe, L. Minnaert & A. Diekmann (toim.), *Social tourism in Europe: Theory and practice* (s. 53–72). Bristol: Channel View Publications.
- Hjalager, A. (2006). The marriage between welfare service and tourism – a driving force for innovation. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 6(3–4), 7–29.  
[https://doi.org/10.1300/J162V06N03\\_02](https://doi.org/10.1300/J162V06N03_02)
- Honkanen, A. & Mustonen, P. (2005). Sosiodemografiset tekijät ja elämäntapa matkailukulutusta selittävinä tekijöinä: Kausaalinen analyysi. *Matkailututkimus*, 1, 3–25.
- Hughes, H. (1991). Holidays and the economically disadvantaged. *Tourism Management*, 12, 193–196.  
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(91\)90003-C](https://doi.org/10.1016/0261-5177(91)90003-C)
- Höckert, E. (2015). *Ethics of hospitality: Participatory tourism encounters in the northern highlands of Nicaragua*. (Acta Universitatis Lapponiensis 312). Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Iorgulescu, M. & Sidonia Răvar, A. (2015). The contribution of social enterprises to the development of tourism: The case of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 32, 672–679.  
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01448-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01448-3)
- Jutila, S. & Harju-Myllyaho, A. (2017). Esteettömyys matkailussa. Teoksessa J. Edenheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s.223–228). Rovaniemi: Lapland University Press.

- Kohllechner-Autto, M. & Nisula, S. (2018). Yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä sosiaalisesti kestävään talouteen. Teoksessa N. Niemisalo (toim.), *Osallisuus, palvelut ja elinkeinot: Arjen turvaa Lapissa* (s. 59–69). (Lapin amkin julkaisuja, B15). Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu.
- Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – A case study. *Tourism Management*, 40, 361–371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>
- Komppula, R., Ilves, R. & Airey, D. (2016). Social holidays as a tourist experience in Finland. *Tourism Management*, 52, 521–532. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.016>
- Kortteinen, M. (1982). *Lähiö: Tutkimus elämäntapojen muutoksesta*. Keuruu: Otava.
- Kyyrä, S. & Rantala, O. (2016). Disoriented travellers or disoriented destinations? An analysis of future travel trend studies for Visit Arctic Europe project. Julkaisematon raportti.
- Laeis, G. C. M. & Lemke, S. (2016). Social entrepreneurship in tourism: Applying sustainable livelihoods approaches. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1076–1093. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0235>
- Laki sosiaalisista yrityksistä (1351/2003). Haettu 1.12.2018 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20031351>
- McCabe, S. & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42–65. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.001>
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2006). Social tourism and its ethical foundations. *Tourism, Culture & Communication*, 7(1), 7–17. <https://doi.org/10.3727/109830406778493533>
- Minnaert, L. (2007). *Social tourism: a potential policy to reduce social exclusion? The effects of visitor-related social tourism for low-income groups on personal and family development*. London: University of Westminster.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2011). What is social tourism? *Current Issues in Tourism*, 14, 403–415. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.568051>
- Minnaert, L. (2012). Social tourism as opportunity for unplanned learning and behavior change. *Journal of Travel Research*, 51, 607–616. <https://doi.org/10.1177/0047287511431324>
- Mody, M., Day, J., Sydnor, S. & Jaffe, W. (2016). Examining the motivations for social entrepreneurship using Max Weber's typology of rationality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1094–1114. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0238>
- Mordue, T. (2005). Tourism, performance and social exclusion in “olde York”. *Annals of Tourism Research*, 32, 179–198. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.06.002>
- Morgan, N., Pritchard, A. & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.015>
- Mottiar, Z., Boluk, K. & Kline, C. (2018). The roles of social entrepreneurs in rural destination development. *Annals of Tourism Research*, 68, 77–88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.001>

- Mottiar, Z. (2016). Exploring the motivations of tourism social entrepreneurs: The role of a national tourism policy as a motivator for social entrepreneurial activity in Ireland. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1137–1154. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2014-0278>
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. London: Routledge.
- Myö Hostel (2018). Myö Hostel. Make a difference by sleeping. Haettu 4.10.2018 osoitteesta <https://myohostel.com/>
- Novy, J. & Colomb, C. (toim.) (2017). *Protest and resistance in the tourist city*. New York: Routledge.
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39, 997–1023. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
- Okumus, F., Chen, P. J., Barber, N. A., Chan, W. & Legrand, W. (2016). Guest editorial. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1074–1075. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2016-0199>
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19, 619–628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>
- Peng, K. L. & Lin, P. M. (2016). Social entrepreneurs: Innovating rural tourism through the activism of service science. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1225–1244. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2014-0611>
- Peredo, B. & Wurzelmann, S. (2015). Indigenous tourism and social entrepreneurship in the Bolivian Amazon: Lessons from San Miguel del Bala. *The International Indigenous Policy Journal*, 6(4), 5. <https://doi.org/10.18584/iipj.2015.6.4.5>
- Porter, B. A., Orams, M. B. & Lück, M. (2018). Sustainable entrepreneurship tourism: An alternative development approach for remote coastal communities where awareness of tourism is low. *Tourism Planning & Development*, 15, 149–165. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1312507>
- Roivainen, I. (1999). *Sokeripala metsän keskellä – lähiö sanomalehden konstruktiona*. Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Scheyvens, R. (2007). Exploring the tourism-poverty nexus. *Current Issues in Tourism*, 10, 231–254. <https://doi.org/10.2167/cit318.o>
- Scheyvens, R. & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20, 589–609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>
- Schilcher, D. (2007). Growth versus equity: The continuum of pro-poor tourism and neoliberal governance. *Current Issues in Tourism*, 10, 166–193. <https://doi.org/10.2167/cit304.o>
- Seraphin, H., Sheeran, P. & Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374–376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>
- Sharpley, R. (2015). *Tourism and development*. London: Sage.
- Sheldon, P. J. & Daniele, R. (2017). *Social entrepreneurship and tourism: Philosophy and practice*. Cham: Springer.

- Sheldon, P. J., Pollock, A. & Daniele, R. (2017). Social entrepreneurship and tourism: Setting the stage. Teoksessa P. J. Sheldon & R. Daniele (toim.), *Social entrepreneurship and tourism: Philosophy and practice* (s. 1–18). Cham: Springer.
- Sigala, M. (2016). Learning with the market: A market approach and framework for developing social entrepreneurship in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1245–1286. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2014-0285>
- Sloan, P., Legrand, W., & Simons-Kaufmann, C. (2014). A survey of social entrepreneurial community-based hospitality and tourism initiatives in developing economies: A new business approach for industry. *Worldwide Hospitality Tourism Themes*, 6(1), 51–61. <https://doi.org/10.1108/WHATT-11-2013-0045>
- Sosiaalinen yritys. Haettu 1.12.2018 osoitteesta <https://tem.fi/sosiaaliset-yritykset>
- Staffans, A. (2004). *Vaikuttavat asukkaat: Vuorovaikutus ja paikallinen tieto kaupunkisuunnittelun haasteina*. (Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja A29.) Espoo: Teknillinen korkeakoulu.
- Stjernberg, M. (2015). Suomalaisten 1960- ja 1970-lukujen lähiöiden sosioekonominen kehitys ja alueellinen eriytyminen. *Yhteiskuntapolitiikka*, 80, 547–561. [http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/129585/YP1506\\_Stjernberg.pdf?sequ](http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/129585/YP1506_Stjernberg.pdf?sequ)
- Suomalaisen työn liitto (2018). Yhteiskunnallinen yritys -merkin säännöt. Haettu 24.10.2018 osoitteesta <https://suomalaintyo.fi/yrityksille/yhteiskunnallinen-yritys/yhteiskunnallinen-yritys-merkin-saannot/>
- Tikitut (2018). Values. Haettu 17.12.2018 osoitteesta <http://tikitut.se/about-tikitut/values/>
- Timothy, D. J. (2012). Destination communities and responsible tourism. Teoksessa D. Leslie (toim.), *Responsible tourism: Concepts, theory and practice* (s. 72–81). Wallingford: CABI.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21, 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tuulentie, S. (toim.) (2009). *Turisti tulee kylään: Matkailukeskukset ja lappilainen arki*. Helsinki: Minerva.
- Visit Copenhagen (2018). Street Voices. Haettu 17.12.2018 osoitteesta <https://www.visitcopenhagen.com/copenhagen/street-voices-gdk1092925>
- Von der Weppen, J. & Cochrane, J. (2012). Social enterprises in tourism: An exploratory study of operational models and success factors. *Journal of Sustainable Tourism*, 20, 497–511. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.663377>
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts, and opportunities*. Harlow: Pearson Education.
- Walton, J. K. (2013). 'Social tourism' in Britain: history and prospects. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 5(1), 46–61. <https://doi.org/10.1080/19407963.2012.703377>

Wang, C., Duan, Z., & Yu, L. (2016). From nonprofit organization to social enterprise: The paths and future of a chinese social enterprise in the tourism field. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1287–1306. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0230>

# Listening to the local voices of a destination - “Live like a local” experiences in Helsinki

*Essi Kuusimäki, University of Lapland, Multidimensional Tourism Institute (MTI)*

*José-Carlos García-Rosell, University of Lapland, Multidimensional Tourism Institute (MTI)*

There is a trend in Western society for travelers to seek for authentic experiences in the places they visit. Although travelers in the past would have satisfied their thirst for authenticity with a dinner in a local restaurant or just a chat with a local person, nowadays they want to experience the whole destination like those who live there do. As Richards and Russo (2014) argue, travelers no longer want to follow the guide book; they try to avoid crowded tourist sites that characterize contemporary destinations. Travelers are looking for information about sites and events that offer access to the local culture and ways of life.

Several destinations in Europe have responded to this emerging trend through different initiatives. For example, the West Sweden Tourist Board has launched a community initiative called “Meet the Locals” which includes everything from an “MTB tour”, to “yoga lessons” and “party with local people”. Visit Copenhagen has started a publication series named “Do Like The Locals” where Copenhageners share their personal views about what they like about their city. In a time where destination experiences are becoming more dependent on the local socio-cultural fabrics, there is also a need to better understand what locals find extraordinary and unique about the places they live in. In this address, we first draw attention to the aspects stressed by locals when talking about their experiences within their own city. To that end, we look at blog posts written by Helsinki locals. Second, we discuss some recommendations for promoting more authentic “live like a local” destination experiences. The address is based on the Master’s thesis *Memorable Experiences of “Living Like a Local”: Content Analysis of Blogs about Helsinki* written by the first author.

## Experiencing Helsinki as a local

The growing interest in local culture and ways of life among travelers puts certain pressure on destination managers. They not only need to know their customers, but also the people and local culture of the place they are selling. Indeed, there is a need to know more about how locals live



and experience their neighborhoods, what they feel is extraordinary about their places and what kind of aspects are highlighted in their experiences of locality. If a destination wants to succeed in promoting authentic “live like a local” tourism experiences, they need to better understand what it means to live like a local in that particular place. To shed light on the questions presented above, we explored seven blog posts written by people living in Helsinki. The posts were part of the original study this address is based on. The bloggers were both professional and amateur, represented both genders, and the age range was from 25 to 55 years. The blog posts were written in Finnish between the years 2014 and 2018. They highlighted three particular experience elements: urban ambience, being and spending time in a place, and hipster subculture.

The blog posts pointed out the urban ambience of particular sites in Helsinki. Urban ambience refers to the sensing and the feeling of a place, which is depicted on the built environment and is motivated by residents and visitors (Thibaud, 2011). The posts included words such as “ambience”, “atmosphere”, “atmospheric” and “feeling the vibe” when describing a particular space.

*Market Square is mostly swarming with tourists, but in Hakaniemi market, you can enjoy the authentic working-class atmosphere of the Eastern downtown. Nothing really makes the summer feeling as the scent of fresh coffee, fingers meddled in sugar, street musicians playing summer tunes and the screeching of seagulls circling above the market.*

The posts draw attention to the role of architecture, landscapes and food in stimulating sensorial experiences (see Thibaud, 2011). Another element reflected in the blog posts is the idea of being and spending time in a place. This finding is consistent with previous studies on tourism experience taking the perspective of locals (Knobloch, Robertson & Aitken, 2014; Richards & Russo, 2014). For example, Richards and Russo (2014) point out that experiencing a destination like a local is about mere spending time, sitting around and hanging out in spaces such as parks, bars and marketplaces.

*You will never get bored with the seaside of Kaivopuisto Park, at least I won't! My friends and me, we have coffee on the terrace of Café Ursula every summer, and Café Carusel situated on the other end is a nice place for sitting around as well. Coffee with a sea view – a summer evening can't get much better than that.*

Central to a “hipster culture” is the claim to authenticity, uniqueness and individuality (Maly & Varis, 2016). According to the blog posts, hipster subculture in Helsinki is situated in the eastern area of downtown. Places that were associated with hipster subculture include sites such as vintage shops, antiquarian bookshops, bars, cafés, music stores, and thrift shops. Building on the element of being and spending time in places, places with features of hipster culture were considered as appealing and interesting.

*Bruno Workshop in the neighbourhood of Vallila – only a stone throw away from our home – is the city's own living room that resembles the hipster meccas in Berlin as well as the area of Telliskivi in Tallinn.*

## Co-creating "live like a local" experiences

The importance of locals in the co-creation of more authentic destination experiences has been highlighted in several studies (e.g. Binkhorst & Den Dekker, 2009; Knobloch et al., 2014; Paulauskaite, Powell, Coca-Stefaniak & Morrison, 2017). Nevertheless, little discussion has focused on how to promote "live like a local" experiences in a way that benefits both, locals and tourists. Most destination initiatives are offering tourists to step into the locality of the place, but tourism and locality are seen as detached from each other.

The blogs written by Helsinki residents show that locals are proud of their city and they want to share it with the visitors. From this perspective, tourism can be seen as a tool for supporting local identities existing in a particular destination. Nevertheless, there is a need for tourism planning that guarantees that the local cultural aspects are not damaged by an uncontrolled flow of tourists. This viewpoint is reflected in the quotation "Market Square is mostly swarming with tourists". Indeed, Helsinki's Market Square has turned into a tourism attraction, gradually losing its local fabric and meaning to the local people.

At the same time, destination management organizations could begin to approach tourism differently, by viewing both locals and tourists as their customers. By developing spaces where both locals and tourists feel relaxed and comfortable, they will be supporting the "live like a local" experiences tourists are so much searching for. Oodi, Helsinki's new city library, is an example of a place that can be appealing for both locals and tourists. It can become the next urban spot for tourists to be, spend time and meet the locals.

## References

- Binkhorst, E. & Den Dekker, T. (2009). Agenda for co-creation tourism experience research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18, 311-327. <https://doi.org/10.1080/19368620802594193>
- Knobloch, U., Robertson, K. & Aitken, R. (2014). (Mis)understanding the nature of tourist experiences. *Tourism Analysis*, 19, 599-608. <http://dx.doi.org/10.3727/108354214X14116690097891>
- Kuusimäki, E. (2018). Memorable experiences of "Living like a local": Content analysis of blogs about Helsinki. Master's thesis. Rovaniemi: University of Lapland.
- Maly, I. & Varis, P. (2016). The 21st-century hipster: On micro-populations in times of superdiversity. *European Journal of Cultural Studies*, 19, 637-653. <https://doi.org/10.1177/1367549415597920>
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A. & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19, 619-628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>
- Richards, G. & Russo, P. (2014). *Alternative and creative tourism*. Arnhem: ATLAS.
- Thibaud, J.-P. (2011). The sensory fabric of urban ambiances. *The Senses and Society*, 6, 203-215. <https://doi.org/10.2752/174589311X12961584845846>

## Paikallisten tarinoista ideoita matkailun kehittämiseen

*Petra Paloniemi, Lapin yliopisto ja Lapin ammattikorkeakoulu, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

*Salla Jutila, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

*Maria Hakkarainen, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

Matkailijat hakevat autenttisia elämyksiä ja ovat kiinnostuneita matkakohteen arkielämästä. Mitä autenttinen, tavallinen elämä sitten on matkailijan näkökulmasta? Wangin (1999, s. 349–370) mukaan autenttisuuden kokeminen on aina subjektiivista ja heijastaa yksilön omia odotuksia ja uskomuksia palveluntarjoajaa kohtaan. MacCannell (1973) on puolestaan kuvannut paljon lainatussa teoretisoinnissaan autenttisuuden ulottuvuuksia lavastetun autenttisuuden (*staged authenticity*) käsitteen kautta. Usein matkailija saa vaikutelman autenttisuudesta, vaikka todellisuudessa kyse on mahdollisimman autenttiseksi rakennetusta esityksestä. Nykymatkailija tunnistaa, tiedostaa ja hyväksyy tämäntyyppisen autenttisuuden osaksi matkailun kokemusmaailmaa. Tämä ei kuitenkaan poista halua tavoitella autenttista kokemusta paikallisesta elämästä.

Lapin matkailun tämänhetkisestä elämystarjonnasta iso osa kytkeytyy paikalliskulttuuriin, mutta aktiviteettien toteutustapa edustaa lavastettua autenttisuutta. Mukana on myös aktiviteetteja, jotka eivät pohjaudu lainkaan perinteiseen lappilaiseen kulttuuriin mutta joita on alettu pitää autenttisena (esimerkiksi koiravaljakkoajelut). Lappilainen arki sellaisenaan voisi tarjota puitteet autenttisille matkailuelämyksille; erityisesti suurista kaupungeista tuleville matkailijoille paikallinen elämäntapa ja kulttuuri sekä luonto ovat ihmeellisiä. Matkailijat ovat kiinnostuneita oppimaan ja kuulemaan tarinoita tavallisesta elämästä ja selviytymisestä arktisissa olosuhteissa. Usein juuri keskustelut ja tapaamiset paikallisen ihmisen kanssa ovat matkailijalle merkittäviä kokemuksia (Guttentag, 2015; Camilleri & Neuhofer, 2017). Tavallista arkea eletään kuitenkin paikallisten ihmisten omissa elämänpiireissä, eivätkä ne ole helposti matkailijoiden saavutettavissa (MacCannell, 1999). Omaan arkeen ja kotiin ei välttämättä haluta ylimääräisiä silmäpareja. Toisaalta matkailijan katse etsii koko ajan autenttisuutta (Urry, 1990), joten matkailutoimijat ovat jatkuvan haasteen edessä: miten hyödyntää matkakohteen arkielämää matkailuelämyksissä kunnioittaen samalla paikallisten yksityisyyttä?

Yksi mahdollisuus etsiä vastausta edellä esitettyyn kysymykseen on tutkia, miten paikalliset itse kertovat arjestaan. Analysoimme 50 tarinaa, jotka lappilaiset kirjoittivat arjestaan ja elä-

mästään markkinointiorganisaatio House of Laplandin (HoL) toteuttaman kampanjan yhteydessä. Kampanjan aikana tarinoita levitettiin sosiaalisen median kanavissa (House of Lapland, 2016). Kirjoittajia oli pyydetty suuntaamaan kirjoitus Lappiin mahdollisesti muuttaville henkilöille, potentiaalisille uusille lappilaisille. Halusimme selvittää, löytyisikö tarinoista uusia ideoita elämysten kehittämiseen nykyisen matkailun palvelutarjonnan tueksi. Analyysi tehtiin osana Jakamistalous matkailussa (EAKR) -hanketta, jonka yksi tavoite liittyi tavallisen elämän ja elämäntavan hyödyntämisen mahdollisuuksiin ja haasteisiin matkailun tuotekehityksessä. Tutkimme, millaisia elementtejä tarinoissa liitetään lappilaiseen elämään ja miten ne vertautuvat olemassa olevien matkailutuotteiden piirteisiin.

Analysoimme tarinat käyttäen sisällönanalyysiä ja lähilukumenetelmää, joiden avulla tulkitimme merkityksiä aineiston sisällöstä (Rantala, 2011; Tuomi & Sarajarvi, 2009). Osa tarinoista korostaa Lapin tarjoamia mahdollisuuksia rohkeille, yritteliäille ja sinnikkäille ihmisille. Näissä tarinoissa korostuu itsensä voittaminen ja tekemisen meininki. Toisaalta tarinoissa painottuu kiireetön ja stressitön elämäntyyli, mahdollisuus rauhoittua ja kohdata niin muut ihmiset, oma itsensä kuin luontokin. Luokittelimme tarinoissa esiin nousevat teemat ryhmiin, jotka nimesimme seuraavasti: *luonto resurssina*, *luonto elämisen paikkana*, *sosiaalinen vuorovaikutus* ja *elämänhallinta*. Luonto resurssina -kategoria sisältää teemoja, joissa paikalliset ihmiset hyödyntävät luontoa sekä työssään että vapaa-ajallaan. Yhtäältä luonto on monelle elintärkeä resurssi ja tulonlähde (esimerkiksi poronhoito ja matkailutoiminta), toisaalta erilaisista luontokokemuksista saadaan voimaa omaan elämään. Luonto elämisen paikkana -kategoria ilmentääkin luonnon tärkeää roolia ja läheisyyttä lappilaisten jokapäiväisessä arkielämässä. Sosiaalinen vuorovaikutus -kategoriaan kuuluu teemoja, joihin liittyy yhteisöllisyys ja toisten ihmisten kohtaaminen. Elämänhallintakategorian teemoissa näkyvät Lapissa pärjääminen sekä Lapin tarjoamat mahdollisuudet itsensä toteuttamiseen ja unelmien saavuttamiseen. Miltei kaikissa tarinoissa luonto ja lappilaiset ihmiset ovat merkittävässä roolissa. Luonnon ja ihmisten merkitys on tullut ilmi myös useissa tutkimuksissa, joissa on tutkittu lappilaista vieraanvaraisuutta (esim. Nousiainen, 2015, s. 52; Rantala & Hakkarainen, 2014). Analyysimme tulokset auttavat tunnistamaan paikallisille asukkaille merkityksellisiä asioita, joita voisi mahdollisesti hyödyntää matkailuelämysten tuotekehityksessä.

Seuraavaksi teimme sisällönanalyysin yhteismarkkinointiorganisaatio Visit Rovaniemen sivuilla kuvatusta matkailutuotetarjonnasta Rovaniemellä. Tämän jälkeen vertasimme tekemiemme kahden analyysin tuloksia: miten tarinoista löytämämme elementit ovat näkyvillä nykyisissä matkailutuotteissa? Havaitimme sekä samankaltaisuuksia että eroja. Nykyisten matkailutuotteiden kuvauksissa korostuvat Lapin luonto, eksoottiset käyntikohteet ja elämykset. Paikallista arkea ilmentävät perinteiset käsityöt, perinteinen ruoka ja kuvissa esiintyvät ihmiset. Kohtaamiset paikallisten ihmisten kanssa eivät ole vahvasti esillä – enemmän korostetaan ainutlaatuisista kokemuksista ammattilaisen seurassa. Luonnon rooli resurssina korostuu Visit Rovaniemen tarjonnassa enemmän kuin lappilaisten omissa tarinoissa. Luonnossa koetaan elämyksiä, sitä valokuvataan ja luonnon elementteihin haetaan kosketusta vaikkapa kellumalla hyisessä vedessä. Myös sosiaalinen vuorovaikutus on läsnä, mutta enimmäkseen toisten matkailijoiden ja matkailutyöntekijöiden kanssa. Luonto ei näyntyä elämisen paikkana, eivätkä paikallisten

tarinoissa vahvasti esillä olevat elämänhallintaan liittyvät asiat (kuten kiireettömyys, itsensä toteuttaminen ja ”ihmisen kokoinen elämä”) ole juurikaan esillä.

Samankaltaisuuksia tarinoissa esiintyviin elementteihin löytyi muita yrityksiä enemmän jakamistalouden logiikalla toimivan, paikallisten tarjoamia elämyksiä markkinoivan Doerzin tuotetarjonnassa. Tuotekuvauksissa toistuvat muita useammin sanat ”aito”, ”paikallinen”, ”autenttinen”, ”ei kiirettä”, ”henkilökohtainen”, ”yksityinen” ja ”koti”. Näiden ilmaisujen voidaan katsoa liittyvän tarinoista löydettyihin vuorovaikutuksen ja elämänhallinnan teemoihin. Sosiaalinen vuorovaikutus ilmenee myös paikallisoppaaksi nimetyn palveluntarjoajan esittelyssä; hänestä on usein kuva ja hän esittelee itsensä henkilökohtaisesti. Tuotekuvauksista näkee myös muiden asiakkaiden antamia palautteita, joissa viitataan usein nimenomaan oppaan ominaisuuksiin, persoonallisuuteen ja tietotaitoon.

Jakamistalouden palvelut voivatkin osaltaan tuoda matkailijan lähemmäksi paikallista elämää ja mahdollistaa esimerkiksi kohtaamisia paikallisten ihmisten kanssa (ks. Belk, 2014, s. 1595). Jakamistalous mahdollistaa yksilölliset elämykset ja yhteenkuuluvaisuuden tunteen (esim. Bock, 2015; Hakkarainen & Jutila, 2017). Matkailijoiden kutsuminen kotiin, saunominen, ruuanlaitto yhdessä ja erilaiset opastukset ovat esimerkkejä palveluista, joita paikalliset asukkaat tarjoavat jakamistalouden alustojen kautta. Lapissa tämänkaltaiset toiminnot ovat perinteisestikin olleet osa vieraanvaraisuuskulttuuria. Pitkien välimatkojen ja haastavien sääolosuhteidenkin takia matkailijoille on tarjottu yösi ja tai kyyti, kun sitä on tarvittu. (esim. Nousiainen, 2015; Rantala & Hakkarainen, 2014.)

Tuloksemme osoittavat, että luonto resurssina ja elämisen paikkana, kohtaaminen ja elämän hallittavuus ovat tärkeitä teemoja, jotka paikallisasukkaat liittävät lappilaisuuteen. Analysoimamme paikallisten asukkaiden tarinat tuovat esiin toisaalta moniulotteisia yksilöllisiä mahdollisuuksia itsensä toteuttamiselle, ja toisaalta ne korostavat erilaisia paikallisyhteisöjä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Bardhin, Eckhardtin ja Arnouldin (2012) mukaan jakamistalouden arvot liittyvät kuluttajan näkökulmasta väliaikaisiin, paikkasidonnaisiin elämyksiin ja aineettomiin tuotteisiin, joilla on käyttöarvoa. Ilmiössä yhdistyvät osittain ristiriitaiset arvot: individualistiset pyrkimykset saada autenttisia kokemuksia tai ansaita rahaa kohtaavat kestävyden ja yhteisöllisyyden ideologiat (Nuottila, Jutila & Hakkarainen, 2017). Jakamistaloutta edustavan Doerzin palveluissa on nähtävissä monia paikallisten ihmisten tarinoissa esiin nousseita elementtejä. Jakamistalous näyttääkin tarjoavan tilaisuuksia aidomman paikallisuuden kohtaamiselle.

Tunnistimme tekemässämme analyysissä paikallisen arkielämän tarjoamia mahdollisuuksia matkailun tuotekehitykseen paikallisesta näkökulmasta, ja vertasimme niitä olemassa oleviin matkailutuotteisiin. Jatkotutkimuksessa voisi tarkastella ja analysoida syvällisemmin esimerkiksi jakamistaloustalustoilla jaettu arviointeja ja palautteita. Tämä voisi auttaa avaamaan jakamistaloudessa syntyvää arvontuontia sekä kohtaamista paikallisen asukkaan ja matkailijan välillä. Kohdetasollakin uudenlaisten matkailutuotteiden kehittämiseksi on tarvetta. Esimerkiksi lumettomana aikana autenttisen kohtaamisen hyödyntäminen matkailuelämyksenä voi tarjota uusia mahdollisuuksia.

## Lähteet

- Bardhi, F., Eckhardt, G. M. & Arnould, E. (2012). Liquid relationships to possessions. *Journal of Consumer Research*, 39, 510–529. <https://doi.org/10.1086/664037>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Bock, K. (2015). The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *European Journal of Futures Research*, 3(20), 1–8. <https://doi.org/10.1007/s40309-015-0078-5>
- Camilleri, J. & Neuhofer, B. (2017). Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 2322–2340. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2016-0492>
- Guttentag, D. A. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18, 1192–1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- Hakkarainen, M. & Jutila, S. (2017). Jakamistalous matkailussa. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 183–187). Rovaniemi: Lapland University Press.
- House of Lapland (2016). *Lappiin potentiaalisesti muuttavien profilointi- ja segmentointitutkimus*. Haettu 12.11.2018 osoitteesta <https://storage.googleapis.com/hol-production/2017/05/muuttajaprofiilit-tutkimusraportti-2016-tiivistelma.pdf>
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York: Schocken. (Alkuperäisjulkaisu 1976).
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology* 79, 589–603. <https://doi.org/10.1086/225585>
- Nousiainen, J. (2015). *Vieraanvaraisuuden käsitteellisiä ja paikallisia ulottuvuuksia. Mistä on lappilainen vieraanvaraisuus tehty -selvityshankkeen raportti*. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Nuottila, J., Jutila, S. & Hakkarainen, M. (2017). Kirjallisuuskatsaus: Matkailun jakamistalous vastuullisuuden viitekehyksessä. *Matkailututkimus*, 13(1–2), 53–68. <https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/67854>
- Rantala, O. (2011). *Metsä matkailukäytössä: Etnografinen tutkimus luonnossa opastamisesta*. (Acta Universitatis Lapponiensis, 217.) Rovaniemi.
- Rantala, O. & Hakkarainen, M. (toim.) (2014). *Omaleimaista palvelualttiutta: Inari-Saariselän matkailutoimijoiden käsityksiä vieraanvaraisuudesta*. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)



## Autenttisuutta ja paikkaan sitoutumista – kakkosasukkaana Kemijärvellä

*Heli Ilola, Lapin yliopisto, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

Paikallinen arki matkailussa – liittyykö aihe jollain tavalla kokemukseeni kakkosasumisesta? Puheenvuoroni on ääneen ajattelua, joka tämän kysymyksen pohjalta lähtee liikkeelle asumisen ja matkailun rajoista, etenee niistä aitoutteen ja autenttisuuteen sekä edelleen paikkaan sitoutumiseen. Ilahtuin, kun löysin tutkimuksista käsitteitä ja välineitä omien kokemusteni jäsentämiseen. Nämä välineet olisivat todennäköisesti käyttökelpoisia myös matkailun kehittämisessä ja suunnittelussa sekä nykyistä enemmän matkailututkimuksessakin.

\* \* \*

Kohta vuoden ajan olen viettänyt sekä vapaa-aikaa että tehnyt etätöitä Kemijärvellä. Samalla olen toistuvasti miettinyt matkailun ja asumisen rajoja. Kakkosasukkaana koen olevani sopivasti matkailun ja asumisen rajamailla. ”Oikea” matkailu on alkanut iän lisääntyessä tuntua yhä rasittavammalta. Tunnin matkan päässä oleva pieni asunto, jossa on valmiina oma sänky, kahvipaketti ja kahvikuppi, tuntuu helpolta ja ylelliseltä. Kemijärvellä käynnit ja oleskelut riittävät minulle varsin hyvin vaihteluksi normaaliin arkeen – ja toisaalta elän arkea myös siellä. Elän siis kahdenlaista arkea.

Monipaikkainen asuminen sekä yleisemminkin kotona ja matkalla olon häilyvä tai jopa puuttuva raja on ilmiönä tuttu ja tunnistettu (ks. esim. Tuulentie, 2017, s. 208–209; Vepsäläinen, 2017). Kokemukseni kertoo, että rajaa ei todellakaan ole aina helppoa, mahdollista tai tarpeellistakaan vetää. Usein huomaan kuitenkin pohtivani tuota rajaa ja omaa rooliani. Olenko Kemijärvellä asukas vai matkailija? Joskus vastaus riippuu vertailukohteesta. Kaupan kassajonossa rollaattorimummon ja perheenäidin välissä tunnen itseni vähän kuin matkailijaksi, joka on päässyt keskelle matkakohteen aitoa arkea: ”Tässä minä jonotan aivan niin kuin paikalliset.” Kun kävelen ulkona koirien kanssa ja vastaan tulee matkailijan näköinen henkilö, tunnen itseni aika lailla paikalliseksi asukkaaksi. Aina vertailukohteita ei tarvita. Kun ajan ”kotoa” mustikkametsään, en tunne itseäni lainkaan matkailijaksi. Kun ajan pyörällä teitä, joita en ole koskaan aikaisemmin ajanut ja joiden kulkua ja määränpäättä en tunne tarkkaan, muutun taas enemmän matkailijaksi.

Jos halutaan vetää raja matkailun ja asumisen välille, olen siis ilmiselvästi rajamailla ja liikun sujuvasti rajan yli molempiin suuntiin. Todennäköisesti vuoden mittaan asukkaan rooli on jonkin verran vahvistunut ja matkailijan rooli heikentynyt, mutta ei kokonaan. Liikkuminen, siirtyminen, erilaisuus, (ykkös)kodista poissa oleminen, seuraavan lähdön odotus – kaikki nämä kytkevät kakkosasumiseni matkailuun. Kun mietin, mikä kakkosasumisessa viehättää, vastaus on pitkälti edellä todetussa: kotoisuus, helppous ja arkisuus mutta kuitenkin riittävä vaihtelu. Nämä ovat kakkosasumiselle ja mökkeilylle tyypillisiä piirteitä, mutta ne kuvaavat myös (muuta) ”kodinomaista” matkailua (ks. Wildish, Kearns & Collins, 2016).

Kakkosasuntomme sijaitsee Kemijärvellä siksi, että olen sieltä kotoisin: elin siellä elämäni ensimmäiset 18 vuotta, ja tämä selittää osaltaan viihtymistäni. Mutta vaikka Kemijärvi on lapsuuden kotikaupunkini, kakkosasumiskokemuksessani on ollut myös paljon uutta. Asuntomme sijaitsee eri puolella kaupunkia kuin missä lapsuudenkotini oli, joten liikun enimmäkseen eri paikoissa kuin lapsena ja nuorena. Aivan kaupungin keskustan tuntumaan on viime vuosina valmistunut uusia ulkoilureittejä, jotka kiertävät Pöyliöjärven, Kuumalammen ja Kemijärven rantoja (ks. Kemijärven keskustan...; Korhonen, 2017; Tuominen, 2016). Ne ovat avanneet kaupungin ja sitä ympäröivät maisemat niin uudella tavalla, että varsinkin alkuaikoina tunsin olevani jossain täysin vieraassa paikassa.

Yrittäessäni kerran kuvata ystävälleni kakkosasumistani ja sen viehätystä, päädyin sanoon *aitous*. En tarkkaan tiennyt, mitä sillä tarkoitin, mutta jollain tavalla se tuntui kuvaavan kokemustani. Varsinaisesti vasta nyt tätä puheenvuoroa kirjoittaessani yritän ensimmäisen kerran jäsentää aitouden kokemustani. Antaisivatko matkailututkimuksen keskustelut *autenttisuudesta* kehyksen jäsentämisyritykselleni?

Kemijärvi – monenlaisten kolhujen, poismuuton ja väestön ikääntymisen koettelemana ja hiljentämänäkin – tuntuu minusta aidolta, ikään kuin ihanan tavalliselta ja arkiselta. Matkailu ei paljonkaan näy katukuvassa. Useimmat paikalle sattuneet matkailijat lienevät Pyhätunturille menossa olevia ohikulkijoita. Pienuus, hiljaisuus ja matkailijoiden puuttuminen kääntyvät miellesäni myönteisiksi, aidoiksi asioiksi ehkä siksikin, että varsinaisella asuinpaikkakunnallani Rovaniemellä vilkastuva matkailu ja kaupungin keskustan tuntumaan vierä vieren koko ajan nousevat uudet kerrostalot luovat paitsi elävyyden ja eteenpäin menon myös levottomuuden ja epävakauden tuntua. Kakkosasumiseeni liittyy siis kokemus *kohteen autenttisuudesta*. Tarkemmin määriteltynä kyse ei ole objektiivisesta vaan enemmänkin konstruktiiivisesta autenttisuudesta (ks. Lüthje, 2017, s. 220; Wang, 1999, s. 351–356). Jonkun toisen kokemuksessa nykypäivän Rovaniemi on varmasti yhtä aito kuin nykypäivän Kemijärvi.

Aitouskokemukseni kytkeytyy vahvasti myös luontoon. Uusia rantareittejä pitkin voi kulkea keskustan tuntumassa kilometreittäin. Kävelypolut ja niiltä avautuvat maisemat ovat tuntuneet ylellisyydeltä jopa harmaina loppusyksyn päivinä. Toinen luontoihastukseni kohde on keskustan lähellä sijaitseva Pöyliövaara. Sekin on ollut minulle uusi tuttavuus, ja sinnekin on hiljattain rakennettu ulkoilureittejä (ks. Pöyliövaaran patikointi- ja maastopyöräilyreitti). Lisäksi siellä on merkitsemättömiä polkuja ja hyviä mustikkamaastoja. Luontokokemukseni liittyvät siis osittain rakennettuun, ihmisen muokkaamaan ympäristöön. Minulle se on kuitenkin riittävän aitoa. Luonnon autenttisuuden tai epäautenttisuuden pohtimista on ylipäänsä pidetty epärelevant-

tina. Luontoa ja luontomatkailemista ei olekaan yleensä kytketty kohdetta koskevaan autenttisuuteen (ks. Jiang, Ramkissoo, Mavondo & Feng, 2017; Wang, 1999, s. 351, 361) vaan enemmänkin *eksistentiaaliseen autenttisuuteen*, jossa huomio kiinnittyy kohteen sijaan matkailijan *kokemukseen*. Autenttinen kokemus on mahdollinen myös epäautenttisessa kohteessa. Matkailututkimuksen autenttisuuskäsitteissä painopiste on kaiken kaikkiaan vähitellen siirtynyt kohteesta matkailijan kokemukseen. Wang (1999, s. 351–352) kuvaa eksistentiaalista autenttisuutta toimintoihin liittyväksi (*activity-related*), ja hänen mukaansa siinä on keskeistä matkalla oloon liittyvä liminaalisuus ja vapaus verrattuna arkielämään kotona. Kokiessaan eksistentiaalisen autenttisuuden matkailija tuntee olevansa todempi ja aidompi oma itsensä. (Ks. Jiang ym., 2017, s. 107–108; Lüthje, 2017, s. 220; Ram, Björk & Weidenfeld, 2016; Wang, 1999.) Näin voisin kuvata myös omaa kokemustani Kemijärvellä olosta: olen siellä enemmän oma itseni.



Kuva 1. Ulkoilureitit kiertävät Kuumalammen, Kemijärven ja Pöyliöjärven rantoja. (Kuvat: Heli Ilola)

Tunnistan siis selvästi kakkosasumiseeni kuuluvan kokemuksen paitsi kohteen autenttisuudesta myös eksistentiaalisesta autenttisuudesta. Tarkemmin ottaen jälkimmäisessä on kyse Wangin (1999) mainitsemasta sisäisestä (*intra-personal*) autenttisuudesta. Sitä vastoin sosiaalisella (vuorovaikutuksellisella, *inter-personal*) autenttisuudella, joka voi liittyä perhesiteisiin tai matkailijoiden keskinäiseen yhteyteen (*communitas*) (Wang, 1999, s. 364–365), ei kakkosasumiskokemuksissani ole suurta merkitystä. Kemijärvellä käynnit merkitsevät minulle ennen kaikkea



mahdollisuutta vetäytymiseen ja rauhassa olemiseen: matkustan sinne mielelläni yksin, siellä ei asu sukulaisiani eikä ystäviäni enkä ole kuluneen vuoden aikana pyrkinytkään luomaan siellä minkäänlaisia sosiaalisia suhteita. Matkani ja oleskeluni muistuttavat paljon hiljaisuusmatkailua tai hidasta matkailua (ks. Veijola, 2018; Veijola & Säynäjäkangas, 2018). Pienet kohtaamiset naapureiden ja toisten koiranulkoiluttajien kanssa sekä ystävällinen palvelu esimerkiksi kirjastossa luovat kuitenkin kotoisuuden tunnetta ja antavat hyvän taustan yksin olemiselle.



Kuva 2. Lähiluonnossa pääsee liikkumaan myös talvella. (Kuvat: Heli Ilola)

Kävely-, pyöräily- ja marjanpoimintaretkeni sopivat Wangin (1999) kuvaukseen eksistentiaalisesta autenttisuudesta toimintoihin liittyvänä. Mutta kyse ei ole pelkästään tekemisistäni vaan itse paikasta: Kemijärvi on minulle erityinen paikka siellä viettämäni lapsuuden ja nuoruuden takia sekä luontonsa ja maisemiensa ansiosta. Jatkaessani tutustumista autenttisuuskeskusteluihin huomasin, että paikan merkitys oli huomioitu niissäkin. Ensiksi oli todettu paikan puuttuminen: kun keskustelut olivat siirtyneet kohteesta yhä enemmän matkailijaan ja hänen kokemuksiinsa, paikka oli ikään kuin unohtunut. Sittemmin paikka on pyritty palauttamaan paikalleen: merkittäväksi ja välttämättömäksi osaksi matkailua ja matkakokemusta (ks. Belhasen, Caton & Stewart, 2008; Rickly-Boyd, 2013). Asiaa kuvaa Rickly-Boydin (2013) artikkelin otsikko: *Existential authenticity: place matters*.

Paikkapohdinnat toivat mieleeni Jeremy Smithin (2018) blogikirjoituksen *Banish bucket lists: Go back to the place you love most*. Aitoutta voi löytää matkailemalla – kenties juuri matkustamalla samaan paikkaan yhä uudelleen. Jos minulla ei olisi Kemijärveä, voisin hyvinkin käydä ”mat-

kailijana” jossakin tietyssä paikassa yhä uudelleen. Kohde voisi olla jokin muu riittävän lähellä sijaitseva kaupunki, esimerkiksi Kemi, koska minulla on lapsuusmuistoja sieltäkin. Tai se voisi olla Kajaani, jossa olen käynyt vain muutamia kertoja mutta jonka olen kokenut viehättäväksi ja itselleni sopivaksi. Toisaalta se voisi olla myös jokin Lapin matkailukeskus, esimerkiksi Pyhänturi. Siellä arkisuus ja autenttisuus olisivat varmasti hieman erilaiset, mutta voin hyvin kuvitella kokevani molemmat asiat sielläkin.

Edellä todetussa on käsitteellisesti kyse *paikkaan sitoutumisesta* (*place attachment*). Se on tyyppillistä kakkosasumisessa mutta myös toistuvasti samaan paikkaan suuntautuvassa matkailussa. Paikkaan sitoutumiseen on liitetty monia samoja asioita kuin eksistentiaaliseen autenttisuuteen: muun muassa oman identiteetin ja itsetuntemuksen vahvistuminen. (Wildish ym., 2016.) Autenttisuuden ja paikkaan sitoutumisen välistä yhteyttä on tarkasteltu kahdessa melko tuoreessa artikkelissa (Jiang ym., 2017; Ram ym., 2016). Niissä molemmissa todetaan, että merkittävyydestään huolimatta tämä yhteys on matkailututkimuksissa jäänyt vähälle huomiolle. Ram ym. (2016, s. 116) toteavat johtopäätöksensä, että autenttisuuden kokemus ja paikkaan sitoutuminen kytkeytyvät toisiinsa, mutta kyseessä ei ole välttämättä syy-seuraussuhde vaan taustalla voi olla kolmas, psykologinen, tekijä. Autenttisuutta ja paikkaan sitoutumista hakevat ehkä tietyn tyyppisen psyykkisen rakenteen omaavat matkailijat. Luultavasti itse edustan juuri tällaista matkailijatyyppeä.

Autenttisuuteen ja paikkaan sitoutumiseen liittyvät ajatusmallit voisivat antaa matkailun kehittäjille ja muille matkailutoimijoille yhden käyttökelpoisen raamin heidän miettiessään, millaisia matkailijoita johonkin kohteeseen halutaan. Kaikki matkailijat eivät kaipaa autenttisuuden kokemuksia eivätkä halua palata samaan kohteeseen uudelleen, ja autenttisia kokemuksiaikin voivat tarjota eri ihmisille hyvin erilaiset asiat (ks. Steiner & Reisinger, 2006, s. 312). Joillekin niitä tarjoavat piipahdukset yhä uusissa paikoissa. Mutta kaikki eivät kaipaa uusien kohteiden bongausta. Paikkaan sitoutuminen on yhteydessä toistuviin vierailuihin (ks. Jiang ym., 2017, s. 108; Neuvonen & Sievänen, 2010; Yuksel, Yuksel & Bilim, 2010). Vakituksia kävijöitä voidaan saada tarjoamalla autenttisia, matkailijoita emotionaalisesti, kokemuksellisesti ja tiedollisesti paikkaan sitovia kokemuksia (ks. Jiang ym., 2017, s. 118–119). Toistuvat käynnit lisäävät matkailijoiden ymmärrystä matkakohteesta, luovat kytkentöjä paikallisiin ihmisiin ja paikalliseen arkeen – ja todennäköisesti saavat heidät myös toimimaan vastuullisemmin sekä suhteessa paikallisiin ihmisiin että ympäristöön. Jos kohde ei ole kovin kaukana eikä sinne tarvitse lentää, vastuullisuus ulottuu myös matkustamiseen. Kakkosasumispaikkakuntani Kemijärvi on tästä näkökulmasta kotimaan matkakohteena oivallinen: sinne pääsee junalla, ja perillä matkailija ei välttämättä tarvitse mitään kulkuneuvoa. Tämä onkin huomioitu matkailun kehittämisessä ja mainonnassa (Lappiin tullaan yhä enemmän..., 2018; Rantahotelli Uitonniemi kutsuu..., 2018).

Autenttisuuden ja paikkaan sitoutumisen käsitteitä voisi ja kannattaisi nähdäkseni hyödyntää nykyistä enemmän myös suomalaisessa matkailututkimuksessa. Ne ovat jääneet meillä melko vähälle huomiolle mutta voisivat antaa moniin matkailun ilmiöihin uusia näkökulmia.

## Lähteet

- Belhassen, Y., Caton, K. & Stewart, W. P. (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience. *Annals of Tourism Research*, 35, 668–689. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.03.007>
- Jiang, Y., Ramkissoon, H., Mavondo, F. T. & Feng, S. (2017). Authenticity: The link between destination image and place attachment. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26, 105–124. <https://doi.org/10.1080/19368623.2016.1185988>
- Kemijärven keskustan kävely- ja pyöräilyreitit. Haettu 4.12.2018 osoitteesta [https://www.visitkemijarvi.fi/fi/voi\\_hyvin-ja\\_liiku/patikointi-luonto/kemijarven\\_keskustan\\_kavely\\_ja\\_pyorailyreitit/](https://www.visitkemijarvi.fi/fi/voi_hyvin-ja_liiku/patikointi-luonto/kemijarven_keskustan_kavely_ja_pyorailyreitit/)
- Korhonen, J. (2017). Kuumalammen ulkoilupuisto on keidas keskellä Kemijärven kaupunkia. *Yle Uutiset*, 29.9.2017. Haettu 4.12.2018 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-9858075>
- Lappiin tullaan yhä enemmän myös junalla. *Koti-Lappi*, 20.12.2018.
- Lüthje, M. (2017). Autenttisuus. Teoksessa J. Edenheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 218–222). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Neuvonen, M. & Sievänen, T. (2010). Paikkaan sitoutumisen ja virkistyspalvelutyytyväisyyden vaikutukset kansallispuistojen kävijöiden aikomukseen käydä puistossa ja ympäröivällä maaseudulla uudestaan. Teoksessa *Metsien monimuotoisuuden turvaamisen keinot ja yhteiskunnalliset vaikutukset (TUK) -tutkimusohjelman loppuraportti* (s. 82–83). (Metlan työraportteja 158.). Vantaa: Metsäntutkimuslaitos.
- Pöyliövaaran patikointi- ja maastopyöräilyreitti. Haettu 4.12.2018 osoitteesta [https://www.visitkemijarvi.fi/fi/voi\\_hyvin-ja\\_liiku/patikointi-luonto/poyliovaaran\\_patikointi-ja\\_maastopyorailyreitti/](https://www.visitkemijarvi.fi/fi/voi_hyvin-ja_liiku/patikointi-luonto/poyliovaaran_patikointi-ja_maastopyorailyreitti/)
- Ram, Y., Björk, P. & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110–122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.010>
- Rantahotelli Uitonniemi kutsuu Lappiin viikonloppulomalle. *Kemijärvi News, Talvi 2019*, s. 20. Haettu 11.12.2018 osoitteesta <https://mediakaista.edocker.com/reader/6fa6ef7a-f874-11e8-8c85-00155d64030a>
- Rickly-Boyd, J. M. (2013). Existential authenticity: Place matters. *Tourism Geographies*, 15, 680–686. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.762691>
- Smith, J. (2018). Banish Bucket Lists. Go back to the place you love most. *WTM Blog*, 8.5.2018. <https://news.wtm.com/banish-bucket-lists-go-back-to-the-place-you-love-most/>
- Steiner, C. J. & Reisinger, Y. (2006). Understanding existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33, 299–318. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.08.002>
- Tuominen, T. (2016). Talvista pohjoisen kaupunkiluontoa: Päiväkävely Kemijärvellä. Haettu 4.12.2018 osoitteesta <https://retkipaikka.fi/talvista-pohjoisen-kaupunkiluontoa-paivakavely-kemijarvella/>
- Tuulentie, S. (2017). Matkailun sosiologia. Teoksessa J. Edenheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 207–211). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Veijola, S. (2018). Vapaus olla hiljaa. *Kide*, 4/2018, 24–25.



- Veijola, S. & Säynäjäkangas, J. (toim.) (2018). *Matkasanakirja hiljaisuuteen*. Helsinki: ntamo.
- Vepsäläinen, M. (2017). Mökkeily. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 87–92). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Wildish, B., Kearns, R. & Collins, D. (2016). At home away from home: Visitor accommodation and place attachment. *Annals of Leisure Research*, 19, 117–133. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1037324>
- Yuksel, A., Yuksel, F. & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31, 274–284. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.007>

# Muutosvoimaisen tutkimuksen pohdintaa pohjoisella konferenssimatkalla

Pohjoismainen 27. matkailututkimuksen symposium, 24.-26.9.2018, Alta, Norja

*Outi Kulusjärvi, Oulun yliopisto, Maantieteen tutkimusyksikkö, matkailumaantiede*

Matkailututkijoiden moninaiset matkareitit suuntautuivat syyskuun lopulla Pohjois-Norjan Altaan, jossa kokoonnuimme jokavuotiseen pohjoismaiseen matkailututkimuksen symposiumiin. Kun kahden autokyydin reitit sattumalta kohtasivat taukopaikalla, eri paikkakuntien kuuluisia vaihtaessa selvisi, että konferenssi oli houkutellut laajan joukon osallistujia Suomesta pohjoisesta sijainnistaan huolimatta – tai ehkä myös sen takia. Symposiumin avajaisissa Norjan Arktisen yliopiston Altan kampuksella kävi ilmi, että perille oli päästy sekä Suomesta että ympäri Eurooppaa ja kauempaakin. Osallistujia oli paikalla lähes 200.

Symposiumin teemana oli *Tourism Implications and Dilemmas*. Matkailun seurauksia ja kehittämistyössä kohdattavia vaikeita valintoja onkin syytä tutkia viimeistään nyt, kun esimerkiksi paikallisten asukkaiden kielteisiä kokemuksia ja matkailun ilmastovaikutuksia koskeva uutisointi on nostanut matkailun vaikutukset myös julkiseen keskusteluun. Symposiumin keynote-puhujiksi oli kutsuttu Bryan Grimwood (Waterloon yliopisto), Carina Ren (Aalborgin yliopisto) ja Britt Kramvig (Norjan arktinen yliopisto). Kaikki kolme käsitelivät tai sivusivat esityksissään matkailun moninaisia vaikutuksia ja roolia paikallisyhteisöjen arkipäivässä ja etsivät reittejä kohti vastuullisempaa matkailutoimijuutta. Esityksissä painottuivatkin kriittiset kulttuuritutkimukselliset tutkimusotteet.

## Kriittistä etäisyyttä vai läheisyyttä?

Carina Ren avasi konferenssin puheellaan, jossa matkailu kuvattiin epäselvästi rajautuvana ja monimutkaisena ilmiönä: matkailu ei ole ainoastaan taloutta vaan myös sosiaalista ja kulttuurista, sillä se kietoutuu ihmisten arkeen. Käyttämänsä relationaalisen ja materiaalis-semioottisen lähestymistavan avulla Ren esitti, että matkailuun liittyvät ongelmatkaan eivät ole yksiselitteisiä eivätkä vain tiettyjen matkailutoimijoiden aiheuttamia. Tutkijan ei tulisi etsiä yksinkertaisia, nopeita ratkaisuja vaan pyrkiä ensisijaisesti kohtaamaan matkailun ongelmat niin kuin ne näyt-

täytyvät arkitodellisuudessa. Tämä tarkoittaa Renin mukaan sitä, että tutkijan tulisi kohdata matkailun kompleksisuus ja haasteet ”kriittisen läheisyyden” kautta: työskentelemällä yhdessä matkailuverkoston eri toimijoiden rinnalla tutkija ”oppi ongelman kanssa”. Renin näkökulma poikkeaa yleisemmästä näkemyksestä, jonka mukaan kriittisen tutkijan tulee tarkastella tilannetta analyttisen etäisyyden päästä. Renin mukaan tällainen asetelma perustuu illuusioon tutkijan ja tutkittavan ilmiön irrallisuudesta. Tutkimuksen päämääränä tulisi olla moralisoinnin sijaan se, että eri toimijat hyväksyvät välillään olevan kitkan ja voivat näin elää sopuisasti.

Bryan Grimwood tarkasteli puheessaan matkailun ongelmallisuutta alkuperäiskansojen alueilla. Toisin kuin Ren, Grimwood lähestyi aihetta rakenteellisen kritiikin näkökulmasta. Grimwood käytti esimerkkinä Kanadan arktisia alueita, joilla matkailukehittäminen perustuu alkuperäiskansojen ja uudisasukkaiden väliseen kolonialistiseen suhteeseen ja myös osallistuu sen uusintamiseen. Kolonialismi ei siis tarkoita vain tiettyä mennyttä aikakautta, vaan se on yhä olemassa oleva rakenne. Grimwood korosti sitä, että matkailu voi olla vastuullista vain, jos nämä valtahierarkiat tunnustetaan elinkeinon piirissä. Rakennetason kritiikistään huolimatta Grimwood totesi, että tarvittavaa muutosta voidaan edistää myös matkailun arkipäivässä. Valtasuhde ei ole koskaan totaalinen. Marginalisoidut eivät ole pelkästään uhreja vaan heilläkin säilyy toimijuutta ja toiminnan mahdollisuuksia, joita paikallislähtöinen osallistava tutkimus voi osaltaan vahvistaa. Parhaimmillaan matkailu voisi horjuttaa vallitsevia diskursseja ja vahvistaa toisenlaisia kertomuksia alkuperäiskansoista ja niihin kuuluvien toimijuudesta. Grimwood kertoi tekemästään tutkimuksesta, jossa alkuperäiskansojen dekolonisaatiota edistettiin narratiivisella metodilla. Yksittäisistä alkuperäiskansan edustajien tarinoista koottiin yhteen alkuperäisyhteisön kertomus. Näin menetellen myös alkuperäiskansaan kuulumattomat matkailutoimijat voivat tulla tietoisiksi edustamansa valtion kolonialistisesta roolista, poiketa totutuista elinkeinokehittämisestä keskittyvistä diskursseista ja synnyttää uusia puhetapoja uudisasukkaiden vastuusta arktisilla alueilla. Tällainen tutkimus raivaa tilaa alkuperäiskansan edustajien omalle toiminnalle arktisessa matkailussa.

Sekä Ren että Grimwood toivat puheenvuoroissaan esille yhteisöjen kanssa tehtävän tutkimustyön merkityksen tuottaessa matkailun uusia tulevaisuuksia. Molemmat olivat sitä mieltä, että empiriasta irrallinen analyysi voi jäädä arkitodellisuudelle vieraaksi, mikä ei edistä matkailun muutosta. Molempien mukaan muutos edellyttää myös tietämisen rajallisuuden hyväksymistä. Grimwood muistutti, että tutkijallakaan ei voi olla hallussaan yhtä ainoaa oikeaa, valistusajan ideaalin mukaista vastausta matkailun ongelmiin. Ehkäpä juuri jaettu voimattomuuden kokemus voisi luoda ymmärrystä eriävien näkemysten välille?

Renin ja Grimwoodin näkemyksissä oli myös eroja. Toisin kuin Ren, Grimwood piti tärkeänä sitä, että tutkija ei ole tasavertainen toimija matkailun verkostoissa. Tutkijan tulee toimia etäisyyden päästä ja antaa paikallistason toimijoille mahdollisuus luoda sellaista matkailua kuin he itse haluavat. Kysymystä tutkijan ja tutkittavan suhteesta osallistavassa ja muutosvoimaisessa tutkimuksessa pohdittiin myös keynote-puheiden jälkeisessä keskustelussa. Esitetyt kommentit antoivat pohjaa myös myöhempiin konferenssissa käytyihin keskusteluihin.

## Huomio matkailun moninaisuuteen

Avauspuheenvuorojen jälkeen symposiumin ohjelmassa oli suuri joukko sessioita ja esityksiä, jotka edustivat eri tutkimussuuntia. Oma mielenkiintoni suuntautui pääasiassa kriittiseen näkökulmaan, minkä takia monet muut tärkeät näkökulmat jäivät vähemmälle huomiolle. Sessioita oli yhteensä 31, ja niihin sisältyneitä kriittisen tutkimuksen teemoja olivat muun muassa yhteiskehittämisen metodologiat, jaetun tiedon rakentaminen matkailun kehittämisessä, matkailun kestävä kasvu, degrowth-näkökulma sekä matkailun kohdealueiden muutos ja hallinta.

Tutkijaidentiteettini kahtiajakoisuus konkretisoitui tilallisina ja aikataulullisina haasteina kulkiessani sessioista toiseen: halusin oppia uutta sekä kulttuurintutkimuksen toiveikkaista, toiminnallisista ja paikalliseen arkeen liittyvistä näkökulmista että talouskasvun kritiikkiin keskittyvistä yhteiskuntateoreettisista tutkimuksista. Degrowth-teemaisessa sessiossa käsiteltiin molempia lähestymistapoja. Jundan Zhang ehdotti, että matkailutalouden muuttamiseksi mallia voitaisiin ottaa syrjäisten alueiden matkailuyrittäjyydestä, jota ohjaavat usein luontoarvot ja elämäntapa eikä niinkään talouskasvun päämäärä. Vastaavasti Erika Andersson Cederholm puhui ”monitulkintaisesta työstä” matkailussa viitaten siihen, että raja talouden ja sosiaalisen välillä on elämäntaparytitytydessä häilyvä. C. Michael Hallin suorasanainen puheenvuoro puolestaan tähtäsi rakenteellisen epäkohdan näyttämiseen: puhe kestävydestä tai vihreästä taloudesta ei auta, jos samalla pidetään kiinni kasvun ideaalista.

Ensimmäisen konferenssipäivän eväin sekä tunnelmallisen illallisen voimin jatkettiin uuteen päivään. Vietin sen matkailukohteiden muutosta käsittelevässä sessiossa. Esityksissä tulivat näkyväksi ne moninaiset toimijat ja heidän näkökulmansa, jotka yhtäaikaaisesti osallistuvat kohteiden kehittämiseen ja muutokseen. Keskusteluissa kannatettiin sitä, että matkailun epäkohtia esiin tuovien toimijoiden näkemykset tulisi huomioida alusta alkaen eikä vasta sitten, kun kohteessa havaitaan liikamatkailua. Keynote-puheita muistellen pohdin seuraavaa: mikäli katsotaan, että vaikuttavan matkailututkimuksen tulee toimia yhdessä paikallisten toimijoiden kanssa ja heidän arkikokemustaan ymmärtäen, miten tutkijan tulisi valita se paikallisten toimijoiden ryhmä, jonka toimiiin hän suhtautuu empaattisesti, läheisesti ja hyväksyen? Jos tutkija pyrkii huomioimaan matkailun arkipäivän moninaiset näkökulmat, hän joutuu aina tekemään valintoja riippumatta siitä, pyrkiikö hän edistämään matkailun muutosta läheisen vai etäisen kritiikin voimin.

## Kotiin viemisiä

Monelle jokavuotiseksi traditioksi muodostunut pohjoismainen symposium tarjosi kattavan näkymän tämänhetkiseen matkailututkimukseen. Jäin kuitenkin miettimään sitä, miten toisistaan erillään matkailututkimuksen moninaiset kriittiset näkökulmat toimivat. Oma kokemukseni luentosalien vaihtamisesta kesken sessioiden herätti toiveen näiden näkökulmien yhdistämisestä – eikä pelkästään samassa konferenssissa vaan myös tutkimusasetelmissä. Kriittinen tiede voi edellyttää juuri erontekoa, mutta ajattelisin, että näkökulmat voisivat myös tukea toisiaan ja samalla muutoksen toteutumista. Kulttuurintutkimuksen perinnettä noudattava tutkimus tarjoaa oleellista matkailun arkeen pohjautuvaa teoreettista ja metodologista tietoa.

Yhteiskuntakriittinen tutkimus puolestaan antaa arvokkaan näkökulman muutokseen nykytilanteen ulkopuolelta – havaiten sellaisia reittejä muutokseen, joita tällä hetkellä ei nähdä vaikkapa matkakohteiden paikallisyhteisöissä. Olisiko mahdollista tehdä kriittistä tutkimusta, joka ymmärtäisi matkailutoimijoiden moninaisia näkökulmia mutta ei ottaisi niitä ainoina vaihtoehtoina vaan pyrki tarvittaessa haastamaan niitä? Tällaisten yhtymäkohtien kautta olisi ehkä mahdollista vahvistaa tutkimuksen vaikuttavuutta.

Paluumatkalle Altasta lähdettiin arkisesti, ilman syvällisiä pohdintoja. Auton takapenkillä oli hiljaista, mutta onneksi yksi meistä matkailijoista näytti pysyvän virkeänä ajaessaan lumisateessa pitkin mutkaisia teitä. Ensi vuonna voimmekin suunnata kohti Tanskan Roskildea, jossa pohjoismainen symposium järjestetään seuraavan kerran.