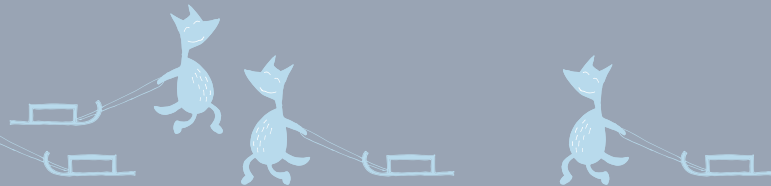
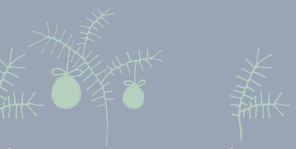
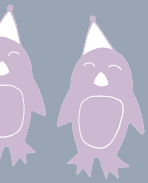
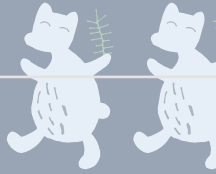
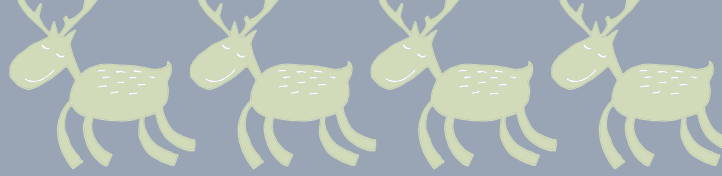


# 1

## JOHDANTO

Arktisesta matkailusta ja sen tutkimisesta

*Maria Hakkarainen & Outi Rantala*



---

Kiinnostus arktisia alueita kohtaan on kasvanut viime vuosina. Kiinnostusta ovat lisänneet ilmastonmuutos ja globalisaatio. Ilmastomuutoksen vaikutukset ilmenevät maapallon polaarilla alueilla dramaattisina muutoksina, jotka vaikuttavat alueen ympäristöön, elämistöön ja asukkaisiin. Osaltaan kiinnostusta vahvistavat geopoliittiset syyt, kuten jäätiköiden sulamisen seurauksena avautuvat uudet merenkulkureitit ja hyödyntämättömät kaasu- ja öljyvarannot. Kun arktiset alueet ovat olleet runsaasti esillä mediassa, myös matkailijat ja matkailuelinkeino ovat kiinnostuneet niistä. Uhanalainen luonto ja alkuperäiskulttuurit houkuttelevat matkailijoita. Tämä puolestaan lisää arktisten alueiden uhanalaisuutta – matkailu kiihdyttää globalisaation vaikutuksia syrjäisillä alueilla. Esimerkiksi lisääntyvä infrastruktuuri vaikuttaa ympäristöön sekä paikallisiin kulttuureihin ja perinteisiin elinkeinoihin.

Mitä arktinen matkailu sitten on? Usein se määritellään maantieteellisesti, esimerkiksi napapiirin pohjoispuolella tapahtuvaksi matkailuksi (ks. Maher ym., 2014). Maantieteellisten määritelmien lisäksi arktista matkailua määrittävät syrjäisyyteen ja saavutettavuuteen liittyvät piirteet, luonnonvalon muutoksista ja pitkästä talvesta aiheutuvat voimakkaat sesonkivaihtelut, työvoimaan liittyvät ilmiöt (kuten koulutetun työvoiman puute) sekä matkailuelinkeinon hyödyntämien ympäristöjen ja alkuperäiskulttuurien herkkyys (Maher ym., 2014; Müller, 2011).

Globalisaatio ja ympäristömuutokset vaikuttavat matkailuelinkeinoon arktisilla alueilla, ja toisaalta matkailu voi voimistaa näiden ilmiöiden vaikutuksia – sekä myönteisiä että kielteisiä. Matkailu voi esimerkiksi vahvistaa paikallisyhteisöjä edesauttamalla luovien ratkaisujen löytämistä sosiaalisin, taloudellisiin tai ympäristöä koskeviin haasteisiin. Toisaalta matkailu voi tuoda mukanaan tahattomia paineita, jotka vaikuttavat kielteisesti yhteisöjen rakenteeseen tai ympäristöön. Siksi tarvitaan ymmärrystä arktisten alueiden kohtaamista haasteista ja matkailun kestävästä kehittämisestä – erityisesti matkailun kasvun kiihdyttyä viime aikoina.

Sekä matkailijamäärät että matkailun tuomat tulot ovat kasvaneet arktisilla alueilla. Arktisen matkailun kehittämiseen liittyy merkittäviä haasteita, joita aiheuttavat kohteiden sijainti ja voimakkaat sesonkivaihtelut (esimerkiksi Pohjois-Kanada), poliittinen tilanne (esimerkiksi Pohjois-Venäjä) ja ympäristömuutokset (Maher ym., 2014). Esimerkiksi Islannissa matkailu on kasvanut voimakkaasti viime vuosina, ja samaan aikaan jännitteet matkailuinvestointien, ympäristön suojelun ja paikallisten arvojen vaalimisen välillä ovat lisänneet huolta matkailun laadusta (Maher ym., 2014). Median tuoma huomio kasvattaa entisestään matkailijoiden kiinnostusta arktisiin alueisiin, mutta samaan aikaan kasvavat myös paineet kasvun hallitsemiseen. Miten ratkaistaan jännitteet taloudellisen kehittämisen ja infrastruktuurin lisäämisen sekä ekologisten ja sosiaalisten vaikutusten hallitsemisen välillä? Tätä tulisi jatkossa pohtia. Olisi hyvä tarkastella ja vertailla matkailun hallintaa eri puolilla arktisia alueita – näin nähtäisiin, miten julkinen ja yksityinen sektori sekä erilaiset yhteisöt voivat neuvotella matkailukehittämisen säännöistä ja millaisia oikeudenmukaisia ja tehokkaita ratkaisuja arktisten alueiden kohtaamiin haasteisiin on löydettävissä (Maher ym., 2014).

Myös pohjoista matkailua koskeva akateeminen tutkimus on lisääntynyt. Viime vuosina kaksi kansainvälistä verkostoa, *International Polar Tourism Research Network* ja Arktisen yliopiston *Thematic Network on Northern Tourism*, ovat järjestäneet aktiivisesti aiheita koskevia seminaareja ja konferensseja sekä tuottaneet julkaisuja. Viimeksi mainittu on kehittänyt myös arktiseen matkailuun liittyvää maisteritason koulutusta, joka pohjautuu arktisten yliopistojen ajankohtaisiin tutkimustuloksiin (esim. Hall & Saarinen, 2010; Maher ym., 2014; Müller, Lundmark & Lemelin, 2013b; Viken & Granås, 2014). Tutkimustietoa ja koulutettuja asiantuntijoita tarvitaan, jotta voidaan paremmin ymmärtää ja hallita kasvavan matkailuelinkeinon tuomia ympäristö- ja sosiaalisia vaikutuksia, vahvistaa taloudellista kehitystä ja työllisyyttä sekä lisätä paikallisyhteisöjen keinoja osallistua omaa aluettaan koskevaan päätöksentekoon.

Lukuvuoden 2015–2016 matkailututkimuksen kandidaattiseminaarissa pureuduttiin tähän sekä alue- ja ilmastopolitiikan että matkailualan näkökulmasta tärkeään aiheeseen. Seminaarin toimeksiantaja toimi Lapin liitto. Toimeksianto oli asetelmaltaan hyvin avoin: arktinen matkailu. Avoimen muotoilun toivottiin innostavan sekä tuottavan monipuolisia ja uusia näkökulmia siihen, miten arktisuutta voidaan tarkastella ja ymmärtää matkailussa. Toimeksiantajan edustaja, matkailukoordinaattori Satu Luiro johdatteli opiskelijoita aiheeseen kertomalla lukuja, faktoja ja tuoreimpia strategisia linjauksia arktisen alueen ja Lapin matkailusta sekä niiden kehittämisestä.

Esittelyn jälkeen toimeksiantoon johdateltiin erilaisilla kysymyksillä: Mitä arktinen matkailu oikeastaan on? Mitkä ovat sen erityispiirteet? Mitä arktinen tarkoittaa Lapin matkailussa? Miten arktisuus ymmärretään? Mitä tarkoittavat matkailun arktinen toimintaympäristö ja arktinen alue? Mitkä ovat arktisen alueen vetovoimatekijät ja miten niitä voitaisiin hyödyntää paremmin ja kestävämmiin? Miten arktisuutta myydään ja miten sitä voitaisiin myydä? Nämä kysymykset toimivatkin monen tutkielman virikkeenä ja tutkimusasetelman pohjana.

Arktisuuden luonteen ja merkityksen tutkimisessa käytettiin monipuolisia aineistoja: yrittäjien, asiantuntijoiden ja matkailijoiden haastatteluita, matkakertomuksia, blogikirjoituksia, eläytymistarinoita, valokuvia, videoita, markkinointimateriaaleja sekä strategioita ja muita virallisia dokumentteja. Analyysimenetelmistä käytetyin oli laadullinen sisällönanalyysi; muita olivat kvantitatiivinen sisällönanalyysi, diskurssianalyysi, retorinen analyysi ja narratiivinen analyysi.

Asta Alatossava ja Jenni Ervasti tutkivat arktisuutta matkailumarkkinoinnissa: miten Suomen Lapin arktisuus näkyy 1950–60-lukujen ja 2010-luvun videomarkkinointimateriaaleissa? Sekä vanhoissa että uusissa mainosfilmeissä arktisuus kuvastui luonnon hiljaisuutena, rauhana ja koskemattomuutena. Matkailun ydintuotteena on vuosikymmenestä toiseen pysynyt arktinen maisema. Jotain on kuitenkin muuttunutkin: vanhoissa filmeissä kuvattiin myös paikallisia ihmisiä ja heidän toimiaan eli arktista arkea, kun taas uusissa videoissa luonto oli selvästi pääosassa.

Tiina Pietiläisen tutkimuskohteena olivat nuorten suomalaisten mielikuvat arktisuudesta. Aineistona hän käytti keskisuomalaisten opiskelijoiden eläytymismenetelmällä kirjoittamia tarinoita. Nuoret liittivät tarinoissaan arktiseen alueeseen mielikuvia talvesta, kylmyydestä, lumesta, jäästä ja eläimistä – mutta myös paikallisista asukkaista ja muista matkailijoista. Kaiken kaikkiaan arktinen alue näyttäytyi kertomuksissa laveana kokonaisuutena, johon sisällytettiin sellaisiakin alueita ja piirteitä (esimerkiksi eläimiä), jotka virallisten määritelmien mukaan eivät siihen kuulu.

Joonas Katajiston tutkimusaiheena olivat ilmastonmuutoksen aiheuttamat ympäristönmuutokset arktisilla alueilla ja paikallisyhteisöjen sopeutuminen niihin. Katajisto tutki aiheutta koskevia diskursseja Suomen Lapin, Norjan ja Islannin matkailun strategiateksteissä. Tulokset osoittivat, että tutkituissa matkailustrategioissa ei ylipäänsä puhuttu kovinkaan paljon suoraan ympäristönmuutoksesta. Enemmän olivat esillä matkailun vaikutukset arktisen alueen ympäristöön ja yhteisöihin sekä siitä aiheutuvat sopeutumistar-

peet. Matkailu ja ympäristömuutokset kytkeytyvätkin arktisilla alueilla monin tavoin toisiinsa. Strategiateksteistä välittyi yleinen pyrkimys pitää huolta arktisten yhteisöjen hyvinvoinnista ja sopeutumisesta muutoksiin, mutta avoimeksi jäi, miten paikallisyhteisöt käytännössä otetaan huomioon.

Millaisia kuvin esitettyjä arktisia luontokokemuksia matkailijat jakavat sosiaalisessa mediassa? Tätä kysyi Ida Vahtera tutkimuksessaan, jonka aineistona olivat Instagram-palveluun tunnisteella *#arctic* ladatut luontokuvat. Kuvat ilmensivät arktisen ympäristön matkailijoille tarjoamaa hiljaisuutta ja rauhaa. Luonnossa tapahtuvia aktiviteetteja ei juurikaan kuvattu, vaan luontokokemuksen näytti tuottavan arktinen maisema. Arktinen ympäristö näyttäytyi matkailijoiden kuvissa kylmänä ja karuna mutta ei pimeänä eikä synkkänä. Kuvien värimaailma oli yllättävänkin monipuolinen, ja juuri värit loivat kuvaa jylhästä ja arvokkaasta arktisesta luonnosta.

Tiina Takalan tutkimuksen kohteena oli puhdas arktinen ilma: millaisia merkityksiä Lapissa matkailevat kiinalaiset antavat ilman puhtaudelle? Takalan haastattelemat kiinalaiset kokivat ilman vahvimmin näköaistin kautta, mutta myös haju- ja tuntoaisti loivat kokemuksia Lapin ilmasta. Kiinalaiset matkailijat kuvasivat Lapin ilmaa kirkkaaksi, raikkaaksi, hyväksi ja puhtaaksi. Useimmat heistä eivät kuitenkaan tienneet, että Lapin ilma on Euroopan puhtainta. Haastatelluille, pääosin nuorille, kiinalaisille puhdas ilma ei yksin ole riittävä syy matkustaa tiettyyn kohteeseen, mutta se voi osaltaan vaikuttaa kohteen valintaan. Useimmat heistä arvelivat, että ilmanlaadun merkitys kasvaa iän karttuessa.

Teija Pulju tutki ammattiautoilijoiden näkemyksiä Lapin maanteiden matkailuliikkuvuudesta. Haastatelluilla ammattiautoilijoilla oli runsaasti havaintoja matkailuliikkuvuuden moninaisuudesta Lapin maanteillä. Teillä liikkuu niin suomalaisia kuin ulkomaalaisia matkailijoita, osa hitaasti maisemia ja poroja katsellen ja pysähdellen, osa taas matkakohteeseensa kiiruhtaen ja muita ohitellen. Useinkaan matkailijat eivät ota riittävästi huomioon muuta liikennettä. Tästä aiheutuu ongelmia varsinkin ammattiliikennöitsijöille, joiden tulisi pysyä omissa aikatauluissaan. Teiden rapistuminen ja heikko talvikunnossapito tuovat lisähaasteita jopa kokeneille lappilaisille autoilijoille – pohjoisen olosuhteisiin tottumattomista matkailijoista puhumattakaan.

Arktisen alueen yksi tyypillinen elinkeino on kaivostoiminta. Kaivostoiminnan ja matkailuelinkeinon suhdetta käsiteltiin kahdessa tutkimuksessa. Antti Virranniemen tutkimuskohteena olivat eri toimijoiden näkemykset matkailun ja kaivostoiminnan yhteensovittamisesta Kittilän kunnassa. Virranniemi haastatteli molempien elinkeinojen sekä kunnan edustajia. Kaikki haasta-

tellut olivat sitä mieltä, että elinkeinojen yhteensovittaminen on onnistunut Kittilässä hyvin. Tätä on edesauttanut toimialojen fyysinen sijainti: kaivos-toiminta ja matkailu sijoittuvat Kittilässä riittävän kauaksi toisistaan. Toimijoiden välillä vallitsi luottamus, jonka nähtiin perustuvan avoimeen tiedonkulkuun ja yhteisiin toimintakäytänteisiin, kuten elinkeinojen yhteistyöryhmään. Kaivostoiminnan hyväksyttävyyttä Kittilässä lisää myös se, että kaivettava malmi on kultaa.

Kati Toivola puolestaan tutki, millaisia retoriikan ja argumentoinnin keinoja eri toimijat olivat käyttäneet pyrkiessään vaikuttamaan kaivostoimintaa koskevaan päätöksentekoon. Tutkimuskohteena olivat Kolarin ja Muonion kuntien, kolmen matkailuyhdistyksen ja yhden kyläyhdistyksen sekä Lapin liiton ja Metsäntutkimuslaitoksen lausunnot, jotka koskivat Hannukaisen kaivos-hankkeesta tehtyä ympäristövaikutusten arviointiselostusta. Osa lausuntojen antajista oli kaivostoiminnan vastustajia ja osa sen kannattajia. Lausuntojen argumentoinnissa korostuivat luonto- ja talousarvot – eli ympäristö ja raha – sekä matkailun ja kaivostoiminnan suhde. Erilaisia argumentoinnin keinoja käytettiin lausunnoissa runsaasti. Osa lausunnoista oli tyyliltään neutraaleja, kun taas toisista heijastuivat selvästi taustalla vaikuttavat asenteet.

Tuulia Juntura ja Marjut Järvinen tutkivat yhteistyön käytäntöjä ja yhteistyön strategista kehittämistä arktisessa matkailussa haastatteleamalla neljää Visit Arctic Europe -hankkeessa mukana ollutta rovaniemeläistä yritystä. Yritysten välinen yhteistyötä pidettiin tarpeellisena, ja monet yhteistyökäytännöt koettiin jo sujuviksi ja toimiviksi. Yhteistyön uskottiin parhaimmillaan rakentavan yhteistä brändiä sekä edistävän tuotekehitystä ja yhteismarkkinointia. Tämän toteutumiseen kaivattiin kuitenkin selkeämpiä toimintarakenteita ja nykyistä pidemmälle menevää yhteistyötä. Arktisen yhteistyöverkoston rakentaminen edellyttää yrityksiltä arktisuuden määrittelyä omassa toimintaympäristössään.

Millaisena kohteena arktinen erämaa näyttäytyy lappilaisten matkailuyritysten markkinoinnissa? Juho Uutela etsi vastausta tähän kysymykseen tutkimmalla kahden yrityksen markkinointimateriaaleja. Ne loivat kuvaa arktisesta erämaasta laajana, eristäytyneenä ja jylhänä paikkana, jolle ovat tyypillisiä äärimmäiset ja vaihtelevat sääilmiöt. Arktinen erämaa on tuntematon, uhkaava ja haasteellinen: vaikeasti saavutettava tutkimusmatkojen kohde, joka edellyttää erityisiä varusteita. Arktisessa erämaassa ihminen ja luonto kohtaavat luonnon ehdoilla. Toisaalta arktista erämaata koskevia mielikuvia tuotetaan markkinoinnissa monin eri tavoin – ei ole olemassa yhtä yhtenäistä kuvaa arktisesta erämaasta. Näin Uutelan tulokset tukivat näkemystä sosiaalisesti rakentuvasta erämaasta.

Karoliina Sohlmanin tutkimuskohteena olivat matkailijoiden kokemukset hevosturva- ja matkailupalvelun turvallisuudesta Lapissa. Sohlmanin tekemät teema- haastattelut osoittivat, että turvallisuuskokemusta määrittävät sekä matkailijan oma elämäkokemus ja identiteetti että palvelutapahtuman fyysinen ja sosiaalinen ympäristö. Matkailijat korostivat luottamuksen merkitystä turvallisuuskokemuksen syntymisessä. Etenkin ympärillä olevien ihmisten luotettavuutta pidettiin tärkeänä – se voi jopa kompensoida fyysisessä ympäristössä havaittuja turvallisuuspuutteita.

Miina Kalso tutki blogeissa jaettuina kertomuksia Suomen Lappiin suuntauneista matkoista: miten arktisuus esitetään niissä? Tulokset osoittivat matkakertomuksissa esitetyn arktisuuden vastaavan sekä tutkimuksissa aiemmin esitettyjä käsityksiä että matkailumarkkinoinnin luomaa kuvaa Lapista ja arktisuudesta. Matkailijoiden kertomuksissa korostuivat luonto, sääolosuhteet ja erityisesti talviseen luontoon sijoittuvat toiminnot. Lumi, äärimmäiset sääolot sekä valo ja pimeys ovat olennainen osa arktisen kokemista. Luonto herättää voimakkaita tunteita, ja arktisuuden keskellä matkailija voi löytää rauhaa ja kiireettömyyttä.

Viivi Aution tutkimuskohteena olivat Trans-Siperian radan junamatkaa kuvaavat matkakertomukset. Näin hän laajensi arktisen matkailun tarkastelua Lappia etäämmäksi. Aution tutki arktista junamatkaa kansatuotettuna matkakokemuksena. Kertomuksissa korostui sosiaalisen ympäristön merkitys matkakokemusten muodostumisessa. Arktisuus kuului matkaa määrittäviin ympäristötekijöihin, mutta selvästi enemmän kokemuksessa korostuivat matkailijan osallisuus ja roolit junamatkaan kiinnittyvissä yhteisöissä ja ryhmissä.

