Saara Lähtevänoja

# ”PALJON OLLAAN KIERRETTY, MUTTA TÄNNE OLLAAN AINA PALATTU.”
## Paluuturismi Lappi-matkailijoiden kokemana

Pro gradu -tutkielma
Matkailututkimus
Kevät 2012

Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta
Työn nimi: ”Paljon ollaan kierretty, mutta tänne ollaan aina palattu.” Paluuturismi Lappi-matkailijoiden kokemana
Tekijä: Saara Lähtevänoja
Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus
Työn laji: Pro gradu -työ_X_ Sivulaudaturtyö__ Lisensiaatintyö__
Sivumäärä: 82
Vuosi: 2012

TIIVISTELMÄ

Matkakohdeuskollisuus ja uusintavierailut ovat herättäneet monien matkailututkijoiden kiinnostuksen. Tutkimuksissa on selvitetty, miten uusintavierailijoiden käyttäytyminen eroaa ensikertalaisten vastaavasta sekä missä määrin uusintavierailut perustuvat uskollisuudelle tai tottumukselle. Näkökulma on usein ollut matkailijan kokemusten sijasta matkakohteen puolella.

Tutkielmassani selvitän, millaisia merkityksiä samaan paikkaan toistuvasti tehtävä matkailu saa matkailijoiden puheessa. Paluuturismin käsite rakentuu työssäni paikkasuhteiden ja -merkitysten valossa, minkä lisäksi hahmotan paluuturistin kuvaa. Paluun teoretisointi muodostuu *paikkaa, tuttuutta* ja *suhteita* käsittävistä osista. Matkailijan omat kokemukset ja paluuseen liitettävät merkitykset ovat paluun teoretisoinnissa keskeisessä asemassa.

Empiirisen aineiston muodostavat viisi Lappi-matkailijoiden kanssa tehtyä haastattelua, jotka on toteutettu teemahaastattelua käyttäen. Aineiston analyysimenetelmänä käytän teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä, jonka avulla teemoittelen aineistoa pää- ja alateemoihin.

Tulokset osoittavat, kuinka monet matkailijat haluavat matkustaa samaan kohteeseen yhä uudestaan ja nauttivat paikan tuttuudesta. Matka tuttuun paikkaan on osaltaan erottautumista kodista, mutta samalla myös paluuta kodintunteeseen. Paluupaikassa matkailijoilla on mahdollisuus vahvistaa suhteita, jotka jäävät kodinpiirissä vähemmälle huomiolle. Mielikuvat paikan pysyvyydestä ja muuttumattomuudesta tuovat turvaa, jota monet matkailijat kaipaavat. Paluu on toimintaa, joka vahvistaa suhteita matkakumppaneihin, kotiin ja itse paluun kohteena olevaan paikkaan.

Työni on osa Acapella Village -tutkimusohjelmaa (www.ulapland.fi/AcapellaVillage), jossa tarkastellaan tulevaisuuden kestäviä matkailukyliä. Paluuturismin merkitysten ymmärtämisen kautta matkakohteita on mahdollista kehittää kohti kestävämpää tulevaisuutta. Paluuturismi merkitsee matkailijan sitoutumista paikkaan, mistä voi olla hyötyä myös yksittäiselle matkakohteelle. Paikkaan sitoutuneet paluuturistit haluavat vierailla paikassa säännöllisesti, viettää siellä pidempiä aikoja ja usein myös olla mukana kehitystyössä.

Avainsanat: paluuturismi, paikka, paluu, pysyvyys, paikkasuhde, tuttuus

Suostun tutkielman tallentamiseen yliopiston WWW -palvelimelle _X_
Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi _X_

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ ..... 2

1 JOHDANTO ..... 5
1.1 Paluuturismi tutkimuskohteena ..... 5
1.2 Paluu ja paikka aiemmissa tutkimuksissa ..... 6
1.3 Aineisto ja menetelmät ..... 10
1.4 Tutkielman kulku ..... 11

2 MATKAILIJAN PALUU PAIKKAAN ..... 13
2.1 Uskollisuus ja uusintavierailut paluun taustalla ..... 13
2.2 Paluu Lappiin ..... 17

3 PALUUN TEORETISOINTIA ..... 20
3.1 Paikka matkailijan mielikuvissa, kokemuksissa, muistoissa ..... 20
3.2 Tuttuuden merkitykset paluussa ..... 25
3.3 Suhteiden vahvistaminen paluun kautta ..... 30

4 AINEISTO JA MENETELMÄT ..... 35
4.1 Matkailijoiden haastattelut aineistona ..... 35
4.2 Sisällönanalyysi analyysimenetelmänä ..... 39

5 PAIKKA ..... 42
5.1 Paikan tunteminen paluun ansiosta ..... 42
5.2 Ruumiillinen matkailija paikassa ..... 48
5.3 Oma paikka suhteessa muihin paikkoihin ..... 52

6 PALUU ..... 55
6.1 Rituaalien merkitykset matkailijan palatessa tuttuun ..... 55
6.2 Paluu kodintunteeseen ..... 60
6.2 Paluu matkailijan sosiaalisten suhteiden tukena ..... 63

7 PYSYVYYS ..... 66
7.1 Paikan muuttumattomuus paluun turvana ..... 66
7.2 Paluu tulevaisuudessa ..... 70

8 YHTEENVETO ..... 73

KIITOKSET ..... 77

LÄHTEET ..... 78

LIITE 1. Teemahaastattelurunko ..... 82

KUVIO 1. Paluuturistin kuva ..... 74

# 1. JOHDANTO

## 1.1 Paluuturismi tutkimuskohteena

Matkustin ensimmäisen kerran ulkomaille vanhempieni kanssa noin kolmevuotiaana. Matkakohteena oli tuolloin Kanarian saaret. Kaksikymmentä vuotta myöhemmin olen itse menettänyt kiinnostukseni Kanariaan, mutta vanhempani sen sijaan suunnittelevat jälleen reissua sinne. He ovat vuosien varrella vierailleet muuallakin, mutta Kanaria edustaa heille tiettyä tuttuutta ja rentoutta, mitä he lomaltaan toivovat. Loma tutussa paikassa, jossa tietää mitä saa, tuntuu heistä usein mukavammalta ja vaivattomammalta vaihtoehdolta kuin täysin uuteen matkakohteeseen tutustuminen.

Vanhempani eivät ole suinkaan matkakohdevalinnoissaan ainutlaatuisia, vaan toistuvasti samaan kohteeseen matkustavat vuosittain monet muutkin (Ks. Oppermann, 1998). Toisaalta maailman sanotaan olevan täynnä eksoottisia kohteita, jotka ovat vierailemisen arvoisia. Monissa matkailututkimuksen teksteissäkin painotetaan, kuinka vieraat kulttuurit ja uuden kokeminen houkuttelevat ihmisiä matkustamaan. Keitä ovat siis he, joita *vieraan* sijasta houkuttelee *tuttuus*?

Aiemmissa tutkimuksissa on puhuttu muuan muassa *uusintavierailuista* (repeat visitation) (Ks. Gitelson & Crompton, 1984; Um, Chon & Ro, 2009; Emir & Kozak, 2011) ja *matkakohdeuskollisuudesta* (destination loyalty) (Ks. Croes, Shani & Walls, 2010) käsiteltäessä matkailijoiden paluuta samaan matkakohteeseen. Itse näen paluuturismin moniulotteisena käsitteenä sen sijaan, että ymmärtäisin sen liittyvän pelkästään matkailijoiden haluun vierailla tietyssä kohteessa toistamiseen. Pohdin, millaisia suhteita matkailijat muodostavat vierailemiinsa paikkoihin ja mitä paluun kohteena olevat paikat heille merkitsevät. Työni on osa Soile Veijolan (2011) johtamaa Acapella Village -tutkimusohjelmaa (www.ulapland.fi/AcapellaVillage), jossa tarkastellaan tulevaisuuden kestäviä matkailukyliä. Paluuturismin merkitysten ymmärtämisen kautta matkakohteita on mahdollista kehittää kohti kestävämpää tulevaisuutta tiedettäessä, millaiset tekijät palaavia matkailijoita kohteessa kiinnostavat. Uskon myös, että paikkasuhteen luonneilla matkailijoilla on erilaisia käsityksiä matkakohteesta kokonaisuutena, kuin siellä harvemmin vierailleilla. Muutos väärään

suuntaan voi ajaa matkailijoita paikasta pois, kun taas toivotunlaisena säilyminen houkuttelee matkailijoita palaamaan ja mahdollisesti myös viipymään pidempään.

Päätutkimuskysymykseni kuuluu *Millaisia merkityksiä paluuturismi saa matkailijoiden puheessa?* Osakysymyksiä ovat: *Millainen kohteen tulee olla, jotta sinne matkustetaan uudestaan? Mikä on paikan tuttuuden merkitys matkailijoille?* sekä *Millaisia toimintoja paluu pitää sisällään?* Työni teoreettinen viitekehys muodostuu paluun teoretisoinnista, joka koostuu paikkaa, tuttuutta sekä suhteita käsittävistä osista. Paikka tarkoittaa käsitteenä laajempaa kokonaisuutta kuin esimerkiksi matkakohde. Yksittäinen paikka voi merkitä kävijälle paljon ja, paikkaan luodusta suhteesta voi tulla osa henkilön identiteettiä. (Ks. Massey, 1995; Rose, 1995.) Paikkasuhteet vaikuttavat keskeisesti paluuturismin merkitysten määrittämisessä sekä erottautumisessa uusintavierailuista tai matkakohdeuskollisuudesta.

Aiemmissa paikkateorioiden valossa tehdyssä matkailututkimuksessa on keskitytty esimerkiksi loma-asukkaiden ja satunnaismatkailijoiden kokemuksiin paikoista (Ks. McCabe & Stokoe, 2004; Tuulentie, 2007; Gail & Hosking 2008; Rantala, 2009). Omassa työssäni hahmotan paluuturistin kuvaa, jonka lähtökohdat poikkeavat loma-asukkaista ja satunnaismatkailijoista. Loma-asukkaista paluuturistit eroavat siten, että heillä ei ole matkakohteessa mökkiä tai loma-asuntoa. Satunnaismatkailijoista poiketen heillä taas on aiempi tuntemus kohteesta. Aiemmissa tutkimuksissa esiintyneiden satunnaismatkailijoiden joukossa on saattanut olla henkilöitä, jotka ovat kohteessa aiemmin vierailleet, mutta tämä ei ole ollut tutkimuksissa keskiössä. Omassa työssäni matkailijoiden paluu tuttuun paikkaan ja siitä muodostuvat merkitykset ovat tärkeimmässä roolissa paluuturisteja määriteltäessä.

## 1.2 Paluu ja paikka aiemmissa tutkimuksissa

Matkailijat, jotka vierailevat samassa matkakohteessa useammin kuin kerran, muodostavat tärkeän osan monien kohteiden vuosittaisesta matkailijamäärästä (Oppermann, 1998). Samassa matkakohteessa toistuvasti vierailevien matkailijoiden käyttäytyminen on herättänyt myös monien tutkijoiden kiinnostuksen. Tutkimusten keskiössä ovat olleet muun muassa tyytyväisyyden merkityksen ja kohdeuskollisuuden

tärkeyden selvittäminen sekä matkailijoiden päätösprosessien hahmottaminen (Um ym. 2006; Hong, Lee, Lee & Jang, 2009; Croes ym. 2010). Huomio on kiinnittynyt usein siihen, miten matkakohteeseen saadaan uusia matkailijoita samalla kun innostetaan aiemmin käyneitä saapumaan uudelleen. Omassa työssäni haluan kuitenkin selvittää, mitä paluuturismin kohteena olevat paikat ja niihin paluu merkitsevät matkakohteen sijasta matkailijan omasta näkökulmasta.

Kozak (2004) esittää tutkimuksessaan, kuinka kahden matkakohteen välillä esiintyy eroja esimerkiksi sen suhteen, miten kehittyneitä matkakohteet ovat. Tutkimuksessaan hän hahmottelee Mallorcan ja Turkin välillä esiintyviä eroja, jotka vaikuttavat myös matkailijoiden päätöksiin uusintavierailujen suhteen. Kozak pohtii erityisesti aiemmilla vierailukerroilla koetun tyytyväisyyden merkitystä päätöksessä matkustaa samaan kohteeseen. Tutkimuksessa selvitetään myös, ovatko matkailijat valmiita matkustamaan samaan maahan, mutta eri kohteeseen siellä. Tuloksina paljastuu muun muassa, kuinka matkakohteena palveluineen vakiintunut Mallorca on monin paikoin houkuttelevampi kuin Turkki, jossa kaikki kohteet eivät ole yhtä valmiita ottamaan vastaan matkailijoita. Sekä Mallorcan että Turkin kohdalla matkailijat pitävät tärkeänä tyytyväisyyden kokemusta, mutta huomiota herättää, että tyytyväisyys ei ole aina varma tae uusintavierailun toteutumisesta. (Kozak, 2004.)

Tutkimuksissa on esitetty myös, miten matkakohteessa koettu tyytyväisyys ja tarpeiden tyydyttyminen ovat vain osa mahdolliseen uusintavierailuun vaikuttavista tekijöistä. Um, Chon ja Ro (2006) selvittävät työssään Hong Kongiin matkustaneiden henkilöiden motiiveja ja suhdetta uusintavierailuun. Tutkimus osoittaa matkakohteen yleisluonteen ja kiinnostavuuden olevan paikoin tyytyväisyyden kokemusta tärkeämpää. Matkailijat muodostavat matkakohteesta mielipiteitä ja arvioivat muun muassa, miten saavat rahoilleen vastinetta. Mikäli matkakohteeseen ei koeta jäävän mitään lisäkoettavaa yhden vierailun jälkeen, ei sinne luultavasti ole tarvetta matkustaa uudelleen. Matkakohteiden välillä esiintyy eroja kiinnostavuuden lisäksi myös esimerkiksi välimatkojen ja matkustamiseen kuluvan ajan suhteen. Hong Kongin kohdalla välimatka voi olla vaikuttava tekijä siinä, että esimerkiksi Euroopasta sinne matkustaminen koetaan haasteelliseksi. Matkakohteessa tulee olla kokonaisuudessaan matkailijaa kiinnostavia tekijöitä, joita ei ehkä muualla ole koettavissa, jotta kohteeseen matkustettaisiin ensimmäisen kerran jälkeen vielä uudestaan. (Um ym., 2006.)

Emir ja Kozak (2011) keskittyvät työssään Turkin Antalyassa sijaitsevien viiden tähden hotellien asiakkaiden kokemusten selvittämiseen. Heidän tutkimuksensa osoittaa, miten uskollisten hotellivieraiden löytämiseksi, hotellissa tulisi olla tietoisia asiakkaiden toiveista. Tutkimustulokset paljastavat asiakkaiden arvostavan kokonaistoiminnan laadukkuutta, eli esimerkiksi vastaanottopalvelujen, siivouksen sekä ravintolan toimivuutta. Uskolliset hotelliasiakkaat ovat tärkeitä ja usein vaihtelevia ja yhden käyntikerran asiakkaita parempia. (Emir & Kozak, 2011.) Valmismatkojen, yksittäisten matkakohteiden tai hotellin valintaan liittyy usein toisistaan poikkeavia valintaprosesseja. Esimerkiksi valmismatkan suunnitteluun käytetään yleensä kokonaisuudessaan enemmän aikaa kuin yksittäisen hotellivarauksen tekemiseen. Näin ollen myös uusintavierailuihin liittyy erilaisia toimintamalleja, eikä yhtäläistä kaavaa uusintavierailun toteutumiseen tai toteutumatta jäämiseen ole tästäkään syystä yksinkertaista hahmottaa. (Um ym., 2006, s. 1143.)

Uusintavierailuihin liittyen tutkimuksia on tehty myös matkailijoiden kohdeuskollisuudesta. Croes, Shani ja Walls (2010) pohtivat työssään vallalla ollutta käsitystä, jonka mukaan uskolliset vakioasiakkaat ovat kertakävijöitä parempia muun muassa siksi, että he kuluttavat enemmän. Tutkijat viittaavat Reinartzin ja Kumarin (2000, 2002) sekä Henryn (2000) tutkimuksiin, joissa on esitetty, että vanhat asiakkaat luottavat kohdebrändiin ja ovat näin ollen valmiita maksamaan enemmän. Ensikertalaisten käyttäytyminen uudessa kohteessa poikkeaa aiemmin käyneiden käyttäytymisestä, ja samoin kävijäryhmien kulutuskäyttäytymisessä on eroja. Ensikertalaiset eivät kuitenkaan usein käytä kohteessa vähemmän rahaa, pikemminkin päinvastoin. Heidän halunsa tutustua kohteen palveluihin, nähtävyyksiin ja muuhun tarjontaan on yleensä paikkaa ennestään tuntevia suurempaa. He liikkuvat kohteessa käyttäen rahaa eri paikoissa ja toisinaan saattavat tietysti liikkua myös varsinaisen matkakohteen ulkopuolellakin. Uusintakävijät taas tietävät mihin rahansa haluavat käyttää, eivätkä välttämättä vieraile nähtävyyksillä tai ravintoloissa, joissa ovat jo aiemmilla kerroilla käyneet. Uskollisissa asiakkaissa on puolensa, mutta silti matkakohteilla ei ole mitään syytä luottaa yksistään heihin, vaan uusien matkailijoiden houkutteluun on panostettava yhtä lailla. (Croes ym., 2010.)

Hong, Lee, Lee ja Jang ovat tutkineet matkakohteen valintaan liittyvää päätösprosessia tavoitteenaan selvittää, miten tietyssä matkakohteessa ensimmäisen tai useamman

kerran käyvien matkailijoiden valintaprosessit eroavat toisistaan. Tutkimuksessaan he hahmottavat muun muassa edellisten matkakokemusten vaikutusta tulevien matkojen suunnitteluun sekä perheen tai matkakumppanin esittämien mielipiteiden merkitystä. Tulokset osoittavat ensikertalaisten ja uusintavierailijoiden päätösprosessien välillä olevan yhtäläisyyksiä. Molemmantyyppiset matkailijat arvioivat matkan suunnitteluvaiheessa niin uusien kuin aiemmin vierailtujen matkakohteiden välillä, eli arvostavat niin uutuutta kuin tuttuutta. Uusintavierailun taustalla vaikuttaa usein tuttuuden arvostaminen, kun taas uuden matkakohteen valinnassa matkailijaa houkuttelee uutuuden löytäminen. Uutuuden arvostaminen ei kuitenkaan osoittaudu olevan niin korkealla kuin aiemmissa tutkimuksissa on arvioitu. Tutkimuksessa todetaan myös jälleen, kuinka tyytyväisyys ei ole päätösprosessin keskeisin vaikuttaja, mutta luonnollisesti tarpeellinen. Tyytymätön asiakas kun ei uskottavammin vieraile kohteessa uudelleen. (Hong ym., 2009.)

Kohdeuskollisuuteen ja uusintavierailuihin liittyvissä tutkimuksissa näkökulma on usein hyvin liiketoimintakeskeinen. Tutkimukset tarjoavat muun muassa ideoita, miten saada matkailijat palaamaan laajan tarjonnan edessä toistuvasti tiettyyn matkakohteeseen, millaisia palveluita kävijät haluavat ja miten matkakohteet saadaan tuottamaan enemmän voittoa. (Ks. Hawkins ym. 2004; Pike 2007; Croes ym. 2010.) Tämäntyyppisissä tutkimuksissa selvitetään ennemminkin, mitä kävijät merkitsevät kohteille, kuin mitä kohteet merkitsevät matkailijoille (Ks. Croes ym., 2010, 117). Matkakohteet ja paikat saavat kuitenkin matkailijoiden kesken vaihtelevia merkityksiä. Toisille eronteko kodin ja matkakohteen välillä tarjoaa mahdollisuuden erilaisen identiteetin kokemiseen sekä itseensä tutustumiseen (McCabe & Stokoe 2004). Myös kodin hahmottaminen vieraassa paikassa voi saada uusia merkityksiä (Ks. esim. Harrison, 2003).

Pearce (2012) keskittyy tutkimuksessaan matkailijoiden kokemuksiin kotiin tai tuttuun paikkaan kohdistuvassa matkailussa. Hänen mukaansa matkailijat pyrkivät löytämään tutuista paikoista emotionaalisesti koskettavia merkityksiä. Matkailijat kulkevat menneen jäljillä pyrkiessään palaamaan tuttuihin maisemiin ja tulkitsemaan, miten paikat ovat muuttuneet. Pearcen mukaan matkailututkimuksessa on tilaa muistojen ja psykologisten tekijöiden tarkemmalle tutkimukselle matkailijoiden kohdevalintoja selvitettäessä. (Pearce, 2012.) Pearce keskittyy työssään matkailijoihin, jotka palaavat

ennen kaikkea tunneperäisten kokemusten perässä kotiin tai esimerkiksi lapsuudesta tuttuihin paikkoihin. Voidaan sanoa, että matkailijat palaavat matkoillaan tiettyyn aikaan. Samantyyppistä ajan ja paikan löytämistä voi esiintyä myös, kun matkailija palaa kotiseudulleen (Ks. Veijola, 2006).

Käytän tutkimuksessani muun muassa Urryn (1995, 2004) ja Masseyn (1995, 2008) paikkoihin ja paikkasuhteisiin liittyviä teorioita tukena selvittäessäni paluuturismin merkityksiä matkailijoille. Aiempi paikkateorioiden valossa tehty matkailututkimus on keskittynyt satunnaismatkailijoiden tai paikkaan vakiintuneiden kakkosasukkaiden paikkamerkitysten selvittämiseen. (Ks. Tuulentie, 2007; Rantala, 2009). Esimerkiksi loma-asukkaita koskevista tutkimuksista paljastuu, miten yksittäinen paikka voi muodostua tärkeämmäksi kuin uusien kohteiden kokeminen. Seija Tuulentie (2007) esittää tutkimuksessaan, kuinka nykyaikana ihmisillä on yhden tärkeän paikan sijasta useita paikkoja, jotka merkitsevät paljon. Hän analysoi työssään lappilaisissa matkakohteissa käyneiden ja sinne kakkoskodin perustaneiden matkailijoiden kertomuksia. Analyysi paljastaa muun muassa, kuinka paikat saavat tärkeitä merkityksiä ja miten kakkoskodista voi muodostua jopa ensisijaista kotia tärkeämpi paikka. (Tuulentie, 2007.)

Paikkateorioiden valossa tehdyissä tutkimuksissa on esitetty myös, kuinka muuttuvassa ja tilallisesti pirstanoituneessa maailmassa kodin piiristä erillään oleva loma-asunto voi tarjota turvan tuntua. Usein myös mitä useammin matkailijat tietyssä paikassa vierailevat, sitä vahvempi paikkasuhde heillä kehittyy. (Gail & Hosking, 2008.) Outi Rantala (2009) esittää artikkelissaan, millaiseksi paikaksi matkakeskukset rakentuvat matkailijoiden kertomuksissa. Paikan käsitettä teoreettisena työkaluna käyttäen hän selvittää, miten matkakeskukset rakentuvat yhtälailla rakennettuna ja luontoympäristönä. Matkailijoiden kokemat paikkasuhteet voivat olla hyvin voimakkaita ja kiinnittyä vahvasti matkailijan identiteettiin. (Rantala, 2009.)

## 1.3 Aineisto ja menetelmät

Aineistonkeruumenetelmänä työssäni toimii *puoli-strukturoitu teemahaastattelu*. Tein yhteensä viisi haastattelua, joista muodostuu empiirisenä aineistonani käyttämät

matkailijoiden puheet paluusta tiettyyn lappilaiseen paikkaan. Käyttämäni puoli-strukturoitu haastattelumalli mahdollistaa strukturoituun malliin verrattuna sen, että haastatteluissa ei noudateta ehdotonta kysymys-vastaus -mallia. Puoli-strukturoidussa ei käytetä esimerkiksi valmiita vastausvaihtoehtoja sisältäviä ja tiukasti haastattelusta toiseen samassa muodossa kulkevia kysymyslomakkeita. Haastateltaville annetaan sen sijaan mahdollisuus kertoa laajempia vastauksia, jolloin haastattelijan rooli kuuntelijana korostuu. Käyttämässäni teemahaastatelurungossa (Liite 1.) toistuvat tietyt pääkysymykset, mutta niitä tukevat apukysymykset vaihtelivat tilanteittain. Toisinaan haastateltavien puheet saattoivat olla pitempiä, toisinaan suppeampia. Näin ollen saatoin myös muokata kysymysrunkoa haastattelujen välillä, mikäli koin, että kysymykset eivät olleet alusta asti riittävän selkeitä. (Ks. Tiittula & Ruusuvuori, 2005, s. 11–12.)

Käytän aineistonanalyysimenetelmänä *sisällönanalyysiä*. Analyysimenetelmän avulla hahmotan aineiston sisältöä, jolloin keskeistä on kysyä, mitä paluuturismiin liittyen puhutaan. Työskentelytapoihin kuuluu teemoitella, luokitella, hajottaa ja koota aineistoa, kunnes siitä muodostuu looginen kokonaisuus. Sisällönanalyysi on yleinen laadullisen tutkimuksen muoto, jota voi toteuttaa aineistolähtöisenä, teoriaohjaavana tai teorialähtöisenä. Omassa työssäni käytän teoriaohjaavaa muotoa. Käyttämäni muodon avulla olen aluksi lähestynyt haastatteluaineistoa teorian avulla hahmottaakseni tietyt pääteemat. Pääteemojen muodostamisen jälkeen olen keskittynyt aineistosta itsestään löytyvien pääteemoihin sopivien alateemojen selvittämiseen. (Ks. Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 93, 101, 105–106.) Aineistostani ja käyttämistäni menetelmistä kerron tarkemmin tutkielmani neljännessä luvussa.

## 1.4 Tutkielman kulku

Tutkielmani toisessa luvussa esittelen matkailijan paluuseen liittyviä aiempia tutkimuksia matkakohdeuskollisuuden ja uusinnanhalun näkökulmasta. Lisäksi pohdin Lappia paluun paikkana. Kolmannessa luvussa teoretisoin paluuta, joka muodostuu paikan, paluun ja pysähtyneisyyden kokonaisuudesta. Esittelen paikkatuntemuksen monipuolista muodostumista, tuttuuden merkityksiä paluun yhteydessä sekä paikkoja, jotka toimivat pysähtyneisyyden ja jopa aikaan paluun merkkeinä. Neljännessä luvussa esittelen työssäni käyttämäni aineiston ja menetelmät. Aineistonani toimivat

matkailijoiden haastattelut, joiden analysoinnissa käytän sisällönanalyysiä. Viidennessä, eli työni ensimmäisessä tulosluvussa, käsittelen matkailijoiden kokemuksia paluun kohteena olevasta paikasta paikan tuntemisen, ruumiillisuuden ja muihin paikkoihin vertaamisen näkökulmista. Kuudennessa luvussa pohdin paluuta rituaalien toteuttamisen sekä kodintunteeseen ja suhteiden äärelle palaamisen näkökulmista. Seitsemännessä luvussa käsittelen matkailijoiden kokemuksia pysyvyydestä muuttumattomuuden ja paluuturismin tulevaisuuden kannalta. Lopuksi esitän yhteenvetoni ja tutkielmani soveltamismahdollisuudet.

# 2. MATKAILIJAN PALUU PAIKKAAN

Uusintavierailut tietyssä matkakohteessa ja matkailijoiden uskollisuus ovat kiinnittäneet monien tutkijoiden huomion. Tutkimuksissa on pohdittu uusintavierailijoiden ja uskollisiksi luokiteltujen matkailijoiden käyttäytymistä matkakohteen näkökulmasta. Erityisesti huomiota on kiinnitetty kävijöiden kuluttajakäyttäytymiseen ja siihen, ketkä ovat kohteen kannalta arvokkaampia kävijöitä, ensikertalaiset vai uusintavierailijat. Matkakohdenäkökulman ohella huomiota on pyritty kiinnittämään myös matkailijaan itseensä ja hänen uusintavierailun kohteena olevalle paikalle antamiinsa merkityksiin. Paluun taustoilla olevien tekijöiden lisäksi pohdin Lappia paluun paikkana. Hahmotan lappilaisten matkakohteiden perusluonnetta sekä lappilaisia paikkoja paluun näkökulmasta.

## 2.1 Uskollisuus ja uusintavierailut paluun taustalla

Matkailijat, jotka vierailevat ensimmäisen käyntikerran jälkeen kohteessa uudestaan, muodostavat tärkeän osan monen kohteen kävijämääristä (Opperman, 1998). Myös monet tutkijat ovat kiinnostuneet selvittämään, mikä saa matkailijat palaamaan samaan kohteeseen uudelleen kerta toisensa jälkeen. Tutkimusteksteissä puhutaan uusintavierailuista, uusinnoista vastakohtana ensikerroille sekä matkailijoiden uskollisuudesta. Matkailijoiden paluun taustalla vaikuttavat erilaiset tekijät, kuten uskollisuus, tapoihin juurtuminen tai halu löytää itselleen helpoin vaihtoehto. Vaikka usein tutkimusteksteissä paluuta pohditaan tietyn paikan tai matkakohteen näkökulmasta, on huomiota kiinnitetty myös matkailijoiden paluuseen jonkin tietyn palvelumuodon tai palveluntarjoajan äärelle. (Gitelson & Crompton, 1984; Kozak, 2001; Um ym., 2006; Hong ym., 2009; Croes ym., 2010; McKercher ym., 2011.) Omassa työssäni keskityn pohtimaan matkailijoiden paluuta paikkaan. Näkökulmani on kohteen sijasta matkailijoiden kokemuksissa, mikä myös eroaa useista aiemmista matkakohteen näkökulmasta tehdyistä tutkimuksista.

Palatessaan uudelleen matkakohteeseen matkailija luottaa usein löytävänsä kohteesta tuttuutta ja samoja asioita, kuin aiemmallakin kerralla. Richard Gitelson ja John Crompton (1984) määrittelevät uusintavierailujen taustalla olevia syitä viisiportaisen

mallin mukaisesti. Ensiksi, matkailijan paluun taustalla voi olla halu välttyä tyytymättömyydeltä valittaessa kohde, josta tietää mitä saa. Entuudestaan tuttu kohde houkuttelee myös, mikäli sieltä voi varmuudella löytää samantyyppisiä ihmisiä. Matkailijalla voi olla myös emotionaalinen suhde kohteeseen tai sitten häntä kiinnostaa kokea kohteessa jotain, mikä jäi edellisellä kerralla väliin. Viimeisenä matkailija saattaa haluta paljastaa muille, mistä itse kohteessa nautti. (Gitelson & Crompton, 1984.)

Aiemmissa tutkimuksissa paluun taustalla vaikuttavia tekijöitä on hahmotettu vertailemalla erilaisia kohteita keskenään ja tutkimalla niihin matkaavien henkilöiden kokemuksia. Tavoitteena on ollut hahmottaa, millaisia tekijöitä kohteelta vaaditaan, jotta sinne tullaan uudestaan. Lisäksi, haluavatko matkailijat vaihtaa kohdetta johonkin samantyyppiseen tai vierailla kenties jossain toisessa kohteessa saman maan sisällä. Kohteiden erot kehitystason suhteet ovat olleet tärkeässä roolissa, sillä kyky ottaa turisteja vastaan ja palvella heitä ovat monin paikoin merkittäviä. Samalla tuttuus ja kohteen hyväksi kokeminen ovat saaneet matkailijoiden kesken painoarvoa. Monen matkailijan mielestä on miellyttävämpää palata tuttuun kohteeseen kuin kokeilla varta vasten jotain uutta varsinkin, mikäli mielikuvissa jokin toinen kohde vaikuttaa samantyyppiseltä kuin oma kohde. Samantyyppinen ei vastaa tuttua, mutta ei tarpeeksi uuttakaan. (Kozak, 2001.)

Tutkijat ovat kiinnittäneet huomiota matkailijoiden käyttäytymiseen uusintavierailun kohteissa ja selvittäneet tyytyväisyyden vaikutusta paluuseen. Tyytyväisyys muodostuu osatekijöistä, joita matkailija kohtaa lomansa eri vaiheissa. Tyytyväisyyden arviointi voi alkaa jo matkan varaushetkillä ja jatkua vielä kotiinpaluun jälkeen, mutta usein suurin osa tyytyväisyyden kokonaisarviosta kerätään varsinaisen matkan aikana. Matkailijan kokemukset muodostuvat muun muassa arvioista, miten palvelut toimivat, miten kiinnostava kohde on sekä miten paljon aikaa ja vaivaa asioiden hoitamiseen kuluu. Matkakokemusten välillä on eroja myös sen suhteen, tehdäänkö matka yksittäiseen lomakohteeseen, kaupunkiin vai maahan. Mitä laajempi kohde, sitä enemmän myös tyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä on arvioitavana. Tyytyväisyyden kokeminen on yksilöllistä kuin myös se, miten paljon matkailija antaa tyytymättömyydelle anteeksi. Kun kokonaisuus muodostuu osista, voi jokin osa mennä hieman pieleenkin, ja matkailijalle jää silti positiivinen mieli. (Um ym., 2006.)

Tutkijat ovat kuitenkin huomanneet, kuinka tyytyväisyys ei ole suora tae matkailijan uusintavierailulle. Tyytymättömyys voi karkottaa kävijät, mutta yhtä hyvin myös matkailijan tunne kertakäynnin riittävyydestä kohteen kokemiseen voi olla tae siitä, että matkailija ei tee uusintakäyntiä. Kohteen kiinnostavuus on arvioinnin keskiössä ja mikäli kaikki kiinnostava koetaan yhdellä kerralla, ei matkailijalla ole välttämättä mielestään enää syytä palata. Matkakohteiden markkinoijat ovat usein tyytyväisten, mutta kiinnostuksensa menettäneiden kävijöiden suhteen hankalassa tilanteessa. Kohteesta riippuen heidän ainut mahdollisuutensa saada kävijöitä uusintavierailulle on lisätä palveluja tai laajentaa kohdekuvaansa. Toisinaan tämäkään ei riitä, mikäli kävijät kokevat kohteen sijainnin hankalaksi tai sinne tehtävän uusintamatkan kohteen uudistumisesta huolimatta turhaksi. (Um ym., 2006; Hong ym., 2009.) Kyseisissä tilanteissa matkailijoiden kohdevierailujen sijasta tulisi kiinnittää huomiota paikkakokemuksiin ja mahdollisiin paikkasuhteisiin. Paikka käsittää usein laajempia merkityksiä kuin kohdekuvaukset. Ymmärrettäessä, mikä paikassa matkailijoita kiehtoo, voidaan päästä lähemmäs myös paluun syitä.

Uusintavierailujen yhteydessä on pohdittu myös matkailijoiden uskollisuutta. Uskollisuus on moniulotteinen käsite, jota voidaan jaotella esimerkiksi uskollisuuden kohteen, toistojen määrän tai uskollisuussuhteen keston perusteella. Useissa tutkimuksissa huomiota on kiinnitetty yhteen matkailun osa-alueeseen kerrallaan ja selvitetty matkailijoiden uskollisuutta esimerkiksi tietyn lentoyhtiön, hotellin tai matkakohteen osalta. Bob McKercher, Basak Denizci-Guillet ja Erica Ng (2011) pohtivatkin, miten uskollisuutta tulisi hahmottaa useamman osa-alueen kannalta samaan aikaan. Heidän mukaansa matkailijoiden uskollisuuden voidaan nähdä muodostuvan vertikaalisista, horisontaalisista ja kokemuksellisista tekijöistä. Vertikaalisten tekijöiden mukaisesti matkailija voi olla uskollinen yhtä aikaa monelle eri osa-alueelle, eli käyttää samalla matkalla esimerkiksi sekä tiettyä lentoyhtiötä että majoituspalvelua. Horisontaalisten uskollisuustekijöiden mukaan matkailija voi olla uskollinen useammalle kuin yhdelle palveluntarjoajalle samalla matkailun osa-alueella. Tällöin esimerkiksi riippuen siitä, onko kyseessä koti- vai ulkomaan matka, matkailija voi valita niiden eri lentoyhtiöiden välillä, joille on uskollinen. Kokemuksellisten tekijöiden perusteella matkailija taas etsii matkoillaan tiettyä lomatyyppiä. Tällöin varsinainen matkakohde voi vaihdella, kunhan halu päästä tietyn aktiviteetin tai luontomaiseman äärelle toteutuu. (McKercher ym., 2011.)

Matkailijoiden uskollisuutta kohteelle on pyritty määrittelemään muun muassa markkinoinnista tuttuihin brändiuskollisuusmalleihin turvautuen. Mallien mukaan matkakohdeuskollisuuden taustalla vaikuttaisivat samat asiat kuin yleensä kuluttajan käyttäytymisessä, kun hän ostaa samaa tuotemerkkiä toistuvasti. Uskollisuus muodostuu kokemuksesta, joka vastaa kuluttajan toiveita. Tuote tekee tyytyväiseksi, sen hankkiakseen ei kulu liikaa vaivaa eikä rahaa ja brändi on luotettava. Brändiuskollinen kuluttaja on usein kertaostajaa arvokkaampi, koska hän tuntee brändin, palaa sen äärelle toistuvasti, toimii mahdollisena suosittelijana ja antaa usein anteeksi myös pienet virheet. Näistä lähtökohdista uskollinen asiakas olisi oletettavasti myös matkakohteessa kertakävijää arvokkaampi. Usein kuitenkin uusintakävijät kiertelevät tutussa matkakohteessa vähemmän nähtävyyksien ja muiden palvelupaikkojen lähellä ja näin ollen myös kuluttavat vähemmän rahaa. Tällöin matkakohteen näkökulmasta kävijä, joka on halukas kokemaan kohteessa mahdollisimman paljon, on kohteelle rahallisesti arvokkaampi. (Croes ym., 2010.) Arvokkainta kävijää määriteltäessä ylimmäs yltävät ennemmin ne, jotka yhdellä kerralla tuovat enemmän voittoja kuin ne, jotka ovat tavoiltaan uskollisia.

Uskollisuutta on pyritty mittamaan erilaisilla mittareilla, joiden avulla on hahmotettu muun muassa, mikä on uskollisuutta ja mikä tapoihin perustuvaa matkustamista. Tutkittu on myös, miten usein tyytyväisinä kävijöinä itseään pitävät matkailijat todella myös tekevät uusintavierailuja ja hahmotettu, tyytyväisyyden ja uusintojen välisiä ristiriitoja. Uskollisuuden on nähty olevan häilyväistä, eikä yksittäisiä tekijöitä kuten tyytyväisyyttä tai toistojen määrää voida nähdä uskollisuuden takeina. Myös brändiuskollisuusmallien ja matkakohdeuskollisuuden välillä on huomattu eroja. Tyytyväisyys ensimmäisellä matkustuskerralla ei välttämättä houkuttele kävijää takaisin, mikäli tämä haluaa matkoiltaan jotain uutta. Matkailijoiden on mahdollista myös vaihtaa lomapaikkaa useankin käyntikerran jälkeen, mikäli tuttu kohde alkaa vaikuttaa tylsältä tilalle tulleen uuden ja kiinnostavamman rinnalla. Uusintakäynnit eivät siis aina tarkoita suoranaista uskollisuutta, vaan matkojen taustalla voi vaikuttaa enemmänkin tottumus. (Croes ym., 2010; McKercher ym., 2011.)

Uskollisuus on subjektiivista ja sen syntyyn vaikuttavat matkanteon eri vaiheet. Vaikka matkailija ei solmisi uskollisuussuhdetta itse kohteen kanssa, voi vastaava syntyä esimerkiksi matkanjärjestäjän tai hotelliketjun kanssa. (Um ym., 2006.) Uskollisuutta

paluun taustalla on vaikea hahmottaa yksiselitteisesti, koska usein mukana voi olla uskollisuuden sijasta tottumusta. Uskollisen matkailijan kuvan hahmottamiseksi tulisikin käyttää mittareita, jotka huomioivat laajemmin esimerkiksi matkailun kentällä olevan tarjonnan laajuuden, välikäsien ja niiden kautta syntyvien luottamussuhteiden vaikutuksen sekä erilaisten matkailijatyyppien välillä vallitsevat erot. Businessmatkailijalla on usein hyvin erilainen tilanne matkanjärjestämisen suhteen kuin huvimatkailijalla, samoin kuin vähemmän matkustavalla ja kokeneemmalla. Tällöin erilaiset vaikuttajat matkanjärjestämisen alku- ja loppuvaiheissa ovat vaikuttamassa myös syntyvään uskollisuuteen. Kokonaiskuvan hahmottamiseksi näkökulman tulisi myös siirtyä enemmän palveluntarjoajista ja liiketoiminnasta matkailijaan itseensä. Vaikka uskollinen asiakas ei aina kuluttaisi kohteessa yhtä paljon rahaa kuin ensikertalainen, tulisi hänen lojaaliutensa nähdä arvokkaana. (McKercher ym., 2011.)

Matkailijat ovat tavoiltaan erilaisia, eikä yhtenäistä uusintavierailevan matkailijan kuvaa ole helppo hahmottaa. Uusintavierailuja ja matkakohdeuskollisuutta käsittelevissä tutkimuksissa näkökulma on usein matkakohteen tai palveluntarjoajan puolella, jolloin matkailijoiden yksilölliset kokemukset jäävät vähemmälle huomiolle. Matkailijoiden uskollisuutta kohteelle arvostetaan, mutta yleensä kiinnostus painottuu tuolloinkin kävijöiden kuluttajakäyttäytymisen selvittämiselle. Yksityiskohtaisempien uusinnan halun selvittämiseksi tulisi analysoida matkailijoiden kokemuksia ja ennen kaikkea heidän käsityksiään paikasta. Tällöin myös uskollisuuden erottaminen tottumuksesta ja tavan vuoksi samaan kohteeseen matkustamisesta olisi mahdollisempaa selvittää. Uskollisuus ei ole, kuten monet tutkimukset ovat osoittaneet, pelkkää tyytyväisyyttä ja uusintavierailujen suorittamista. Uskollisuus on syvällisempää ja horjumattomampaa, jonka vuoksi samaan paikkaan matkustetaan, vaikka tiedettäisiin muiden kohteiden tarjoavan samantyyppisiä tai jopa parempia asioita. Näkökulmaa tulisikin kääntää matkakohdeuskollisuuden sijasta matkailijan paikkoja kohtaan tuntemaan uskollisuuteen (Ks. McKercher, 2011).

## 2.2 Paluu Lappiin

Haastattelemieni matkailijoiden paluun kohteena ovat paikat Lapissa, eli Pyhätunturi, Kilpisjärvi, Levi ja Luosto. Työssäni näkökulmani keskittyy ennen kaikkea

paluuturismin käsitteen ja paluun merkitysten avaamiseen, joten periaatteessa paluun kohteena olevat paikat olisivat voineet olla missä tahansa. Haastateltavien matkapaikkojen sijoittuminen Lappiin tuo tutkielmaan kuitenkin yhden näkökulman lisää. Lappiin matkaavien henkilöiden määrä on lisääntynyt viime vuosina ja tänä päivänä erilaisiin Lappi-kohteisiin matkaa vuosittain tuhansia kävijöitä (Lapin matkailutilastollinen vuosikirja, 2011). Kansainvälistymisen ja kasvaneiden kävijämäärien myötä myös usko Lapin kestävyyteen matkailualalla on vahvistunut. Strategioissa kannustetaan investointeihin ja palvelutarjonnan lisäämiseen kestävyyttä unohtamatta. Ympäristötekijät ja esimerkiksi lumentuloon liittyvät epävarmuudet tuovat haasteita kohteiden menestymiseen, mutta yleisesti ottaen usko tulevaisuuteen on positiivinen. Lappi kiinnostaa monia ja usein kerran jossain Lapin paikassa käyneet haluavat vierailla siellä myös uudelleen. (Ks. Tuulentie, 2009.)

Lappia markkinoidaan usein luonnon, erämaahenkisyyden ja rauhallisuuden nimissä. Kohteeseen houkuteltavasta kohderyhmästä riippuen matkakohteita mainostetaan milloin vauhdikkaina ja elävinä tapahtumapaikkoina tai rauhallisina ja luonnonkauniina erämaakylinä. Samantyyppisten matkakohteiden erityispiirteitä pyritään tuomaan esille, jotta matkailijat erottaisivat kohteet toisistaan ja osaisivat valita itselleen parhaiten sopivan. Usein etenkin mitä kauempaa kohdetta katsoo, sitä helpommin samantyyppiset kohteet saattavat sekoittua toisiinsa. Erottautuminen selkeästi omanlaisekseen matkakohteeksi helpottaisi tietyn kohderyhmän tavoittamista. Seija Tuulentie (2009) painottaa, kuinka paikkojen omaleimaisuuden ja erottautumisen ansiosta matkailijat voivat kokea paikan helpommin omakseen. Matkailijan kokiessa tietty paikka itselleen sopivaksi olisi myös hänen paluunsa sinne todennäköinen. (Tuulentie, 2009, s. 91–102.)

Lappilaisia matkakohteita leimaa tietynlainen saarekemaisuus, jossa on sesonkiaikoina vilkasta ja hiljaisena kautena elotonta (Ks. Pekkala, 2004). Matkailijoiden tuntemus paikkojen sesonkiajoista ja perusluonteesta vaikuttavat paljon siihen, minkä kukin matkailija valitsee lomanviettopaikaksi. Yksittäiset Lappi-kohteet näyttäytyvät toisistaan poikkeavina tai toisiaan muistuttavina. Oman matkakohteen löytymiseksi erityyppiset matkailijat suosivat erilaisia kohteita. Jollekin tärkeintä voi olla mahdollisuus nauttia paikan rauhallisuudesta, toisille tärkeintä voi olla vauhdikas meno ja muiden matkailijoiden seura. Tuntemus erilaisten Lappi-kohteiden luonteista rakentaa

käsitystä omasta matkan kohteena olevasta paikasta ja auttaa vertailemaan, miksi esimerkiksi jokin paikka on paluun arvoinen ja toinen ei. (Ks. Rantala, 2009.)

Viime vuosina loma-asuntojen hankinnat ovat lisääntyneet, mikä on kiinnittänyt myös tutkijoiden huomion. Pohdittaessa Lappia paluun näkökulmasta ovat loma-asukkaista tehdyt tutkimukset tärkeässä asemassa. Loma-asukkaiden paluuta paikkaan määrittää keskeisesti paikasta hankittu loma-asunto, minkä taustalla on usein erilaisia paikkaan ja kodintunteeseen liittyviä tekijöitä. Loma-asunnon hankinnan myötä vierailut paikassa lisääntyvät ja paikkasuhteen luonne voi syventyä. Usein, mitä enemmän jossain paikassa aikaa viettää, sitä lujemmin paikkaan kiinnittyy. Paikkaan kiinnittyneet loma-asukkaat eivät ole turisteja, mutta eivät aivan paikallisiakaan. Lomanviettoa varten hankitusta asunnosta voi tulla kotia muistuttava paikka, jolloin myös ympäröivä matkailukeskus toimintoineen koetaan eri tavoin. Loma-asukkailla on usein kiinnostusta osallistua esimerkiksi matkakohteen kehittämiseen tai halua olla mukana paikallistoiminnassa. (Ks. Aho & Ilola, 2006; Rantala & Tuulentie, 2010.)

Lapinkävijöiksi kutsutaan matkailijoita, jotka ovat vierailleet lappilaisissa matkakohteissa useamman kerran ja ovat usein myös jollain tapaa kiinnittyneitä kohteisiin. He löytävät matkakohteista ja ympäröivästä luonnosta itselleen tärkeitä asioita, jotka voivat tulla myös osaksi identiteettiä. Paikoissa koetut merkittävät omakohtaiset kokemukset tekevät paikasta itselle läheisen ja herättävät halua vierailla paikassa uudelleen. Tärkeiksi matkakohteiksi voidaan nimetä laajemmin kokonaisia keskuksia tai yksittäisempiä esimerkiksi luontoreitin varrelta löydettäviä pisteitä. Lapinkävijät muodostavat yhden matkailijaryhmän, joille yksi tai useampi matkakohde merkitsee paljon. He nauttivat paikassa vierailuista ja paikkaan kiinnittymisen myötä toivovat niiden pysyvän muuttumattomina. (Alajuuma, 1998 Rantalan, 2009, s.120 mukaan; Rantala, 2009, s. 120–123.) Omassa työssäni en keskity määrittelemään haastateltavia lapinkävijöinä, vaan pyrin hahmottamaan paluuturistin kuvaa. Lappi on tärkeä matkailijoita yhdistävä tekijä, mutta yleisen Lappi-innostuneisuuden sijasta pohdin ennen kaikkea, mitä yksittäinen paikka ja sinne paluu matkailijoille merkitsee. Oman paikan hahmottaminen suhteessa muihin lappilaisiin paikkoihin on kuitenkin tärkeää ja tuo osaltaan merkityksiä hahmottamaani paluuturismin käsitteeseen.

# 3. PALUUN TEORETISOINTIA

Työni teoreettinen viitekehys muodostuu paluun teoretisoinnista, joka koostuu paikkaa, tuttuutta ja suhteita käsittävistä osista. *Paikka* teoreettisena käsitteenä on laajempi kuin pelkkä matkakohde. Matkailijoiden mielikuvat ja kokemukset paikkojen merkityksistä vaihtelevat ja samakin paikka voi merkitä erilaisia asioita. Paluun kohteeksi valikoituu usein paikka, joka herättää esimerkiksi tunteen paikkaan kuulumisesta tai kiinnittymisestä identiteettiin. Paluun kohteena oleva paikka edustaa vieraan sijasta tuttua, mikä tuo mielenkiintoisen näkökulman paluun tutkimiseen. *Tuttuus* edustaa matkailijoiden kokemuksissa usein helppoutta ja turvallisuutta, mutta samalla kyseessä on teoreettisesti moniulotteinen käsite. Paluu merkitsee myös mahdollisuutta vaalia ja vahvistaa *suhteita*. Matkalla paluupaikassa voi löytyä tilaisuus palata kodintunteeseen ja keskittyä suhteisiin, jotka jäävät arjessa vähemmälle huomiolle.

## 3.1 Paikka matkailijan mielikuvissa, kokemuksissa, muistoissa

Paikan käsitteen voidaan ymmärtää merkitsevän esimerkiksi tiettyä maantieteellistä aluetta tai sijaintia, joissa vallitsevat oma kulttuuri ja kieli. Tietyt paikat merkitsevät tuttuutta tai kotia, ja vieraammat saavat vastaavasti määritelmänsä kodista ja tutusta eroavina. Paikassa asuvilla saattaa olla tietynlainen kuva kotipaikkansa oikeanlaisuudesta, ja paikat voidaan nähdä eräänlaisina rajattuina alueina. Sisäpuolelle ei välttämättä haluta päästää tiettyjä ilmiöitä, kulttuureja tai uusia asukkaita vallitsevaa ”oikeanlaisuutta” häiritsemään. Paikkoja tuotetaan mielikuvissa, minkä mukaisesti yksittäinen paikka voi saada erilaisia määritelmiä paikallisen asukkaan yksilötasolla tai laajemmin paikkakuntatasolla. Usein myös etääntyminen tai lähentyminen tietyn paikan kanssa sekä aika muokkaavat käsityksiä ja tunnetta paikasta. (Massey, 1995, s. 46–49; Tuan, 2006.) Paluuturismin kohteena olevat paikat voivat niin ikään saada erilaisten matkailijoiden kesken erilaisia määritelmiä. Sama paikka voi yhden matkailijan silmissä näyttäytyä tietynlaisena ja toisen siitä poikkeavana. Jokainen voi löytää kohteesta jotain omaa, mikä antaa paikalle merkittävän ilmeensä.

Globalisaatio on herättänyt tutkijoiden keskuudessa kysymyksen paikkojen muuttumisesta (Massey, 1995, s. 46–47). Ihmiset ja tieto liikkuvat tänä päivänä nopeasti

paikasta toiseen, kulttuurit tulevat lähemmäksi toisiaan ja paikkojen väliset rajat hämärtyvät. Paikkojen voidaan sanoa olevan liikkeessä ja jatkuvan muutoksen alaisina. Matkailu on tuonut monelle alueelle mukanaan uusia työpaikkoja, rakennuksia ja vilkkaasti vaihtuvia turistiryhmiä. Turistien ja heitä isännöivien/emännöivien henkilöiden toiminnat rakentavat paikkoja ja vaikuttavat muodostuviin paikkakokemuksiin. John Urry (2004) toteaa, että lähes kaikessa turistien toiminnassa on kyse paikan kuluttamisesta. Niin paikassa toimivat valmiudet lentokenttineen, hotelleineen ja muine palveluineen kuin myös matkailijoiden kanssa työskentelevien henkilöiden palvelualttius vaikuttavat kokonaiskuvan muodostumiseen. Hyvä paikkakuva ja maine tuovat matkakohteeseen kävijöitä, kun taas päinvastainen pitää heidät loitolla. (Urry, 2004, s. 206–209; Sharpley, 2004.)

Muuttuvassa maailmassa ja paikkojen ollessa liikkeessä myös matkailijoiden uskollisuus on koetuksella. Yhtenä hetkenä menestyneenä pidetty matkakohde saattaa toisena tulla turistien hylkäämäksi. Richard Sharpley (2004) puhuu, kuinka Kyproksella on ollut vaikeuksia säilyttää turistien uskollisuus, ja etenkin Kyproksen Ayia Napa on kärsinyt turistien hylkäyksestä. Vaikka turistit aiemmin pitivät kohdetta hyvänä ja etenkin nuorisoa tuo kohde houkutteli vilkkaan yöelämänsä ansiosta, ovat turistit siirtyneet muualle. Hyvä paikkakuva ei aina takaa jatkuvaa voittoa muuttuvilla markkinoilla. Sharpley painottaakin matkailutyöntekijöiden ja viranomaisten yhteistyötä, jotta kohteelle saadaan luotua parempi sekä kestävämpi kuva. (Sharpley, 2004, s. 25–30.) Paluuturismin kohteena oleva matkakohde ei saisi tuudittautua liikaan luottavaisuuteen. Lapin matkakohteet kilpailevat eittämättä keskenään ja samalla myös samoista asiakkaista. Matkailijat vertailevat paikkoja keskenään ja vaikka ”oma paikka” voi tuntua yhtenä hetkenä paremmalta kuin muut, saattaa matkailija kiinnostavamman vaihtoehdon ilmestyessä hylätä edellisen (Ks. Rantala, 2009, s. 112–114).

John Urry ja Jonas Larsen (2011) käsittelevät teoksessaan turistin katsetta, joka on tärkeä tekijä turistien toiminnassa. Katse on moniulotteinen ja sitä voidaan määritellä eri tilanteissa eri tavoin. Yhtäältä turistit hakeutuvat uniikkeina pidettyjen nähtävyyksien, merkittävien tapahtumapaikkojen tai tapahtumien äärelle, vaikka alkuperäinen syy paikan tunnettuudelle saattaa olla jo himmentynyt. Turistit myös etsivät ympäristöstä merkkejä, kuten tietylle paikalle tyypillisiä rakennuksia tai maamerkkejä. Esimerkiksi suurkaupunkien pilvenpiirtäjät, kiinalaiset puutarhat tai muinaiset rauniokaupungit

edustavat matkailijoille merkkejä, joita luetaan osana turistista ympäristöä. Kolmantena turistin katsetta kiinnostaa arkisten asioiden esittäminen vieraana, kuten museot, joissa tuttuja ilmiöitä tuodaan esille erilaisessa ja uudenlaisessa ympäristössä. Neljäntenä taas tuttujen asioiden ja arkirutiinien hoitaminen epätavallisissa ympäristöissä kiinnostaa. Monien turistien mielestä saattaa olla esimerkiksi mielenkiintoista todistaa kodinhoitotilanteita köyhissä maissa. Katseen kohteena ovat myös merkit, jotka eivät itsessään ole olennaisia, mutta viittaavat johonkin lähellä olevaan merkittävään ilmiöön. (Urry & Larsen, 2011, s. 15–16.)

Paikkojen oletetaan usein herättävän tiettyjä tunteita. Matkailija saattaa saapua ensimmäisen kerran johonkin maahan tai kaupunkiin ja olettaa sen näyttävän ja tuntuvan tietynlaiselta. Mikäli kokemus ei paikanpäällä vastaa oletettua, saattaa matkailija pettyä tai hänellä voi olla vaikeuksia hyväksyä, miksi esimerkiksi kreikkalainen maisema ei vastaakaan hänen käsityksiään kreikkalaisesta maisemasta. Turistin katse ei koostukaan pelkästä näkemisestä, vaan perustuu henkilön yksilöllisiin kykyihin tulkita ympäristön merkkejä omaan päättelykykyyn ja mielikuvitukseen luottaen. Katseet ovat myös kulttuuriin, aikaan sekä paikkaan sidottuja, ja siinä missä katsojia myös katseita on erilaisia. Tietyt turistin katseet ovat yksilöllisempiä, omassa rauhassa koettuja kokemuksia, kun taas toiset muodostuvat perheen tai muiden ympärillä olevien kanssa. (Urry & Larsen, 2011, s. 2–3, 16–20.)

Mielikuvat esimerkiksi matkakohteiden oikeanlaisuudesta syntyvät muun muassa julkisuuskuvien tai mainonnan kautta. Paikan saatetaan olettaa olevan tietynlainen ja tarjoavan tietynlaisia kokemuksia sekä tunteita. Eräistä matkakohteista tai nähtävyyksistä rakennetaan suuria ja merkityksellisiä kuvia, joiden avulla yritetään houkutella kävijöitä paikalle. Tietyt paikat merkitään tärkeiksi ja näkemisen arvoisiksi ja listataan mukaan kohteisiin, jotka tulee nähdä ainakin kerran elämänsä aikana. (Urry, 2004, s. 206–208.) Joihinkin paikkoihin tuntee yhteyttä ja niitä pitää tärkeänä, vaikka ei olisi koskaan konkreettisesti paikalla käynytkään (Ks. Tuulentie, 2007, s. 295). Syntyneistä mielikuvista huolimatta, paikanpäällä koetut tilanteet muodostavat usein ratkaisevimman osan kokonaismielipiteestä. Nähtävyyksien katselu, ympäristöön tutustuminen tai paikallisessa ravintolassa syöminen vaikuttavat paikkasuhteen muodostumiseen. Paikan kokeminen ei aina kuitenkaan vastaa mielikuvia ja haaveita.

Mielikuvissa tärkeäksi kasvanut paikka ei sen äärellä ollessaan herätäkään niitä tunteita, mitä uskoi ja toivoi. (Cuthill, 2004, s. 59; Urry, 2004, s. 206–208.)

Viv Cuthill (2004) osoittaa tutkimuksessaan, kuinka yksi paikka voi ilmetä hyvin erilaisena ajasta ja kävijästä riippuen. Hän käsittelee työssään englantilaisen pikkukaupunki Harrogaten monipuolisuutta ja muuttuvaa paikkakuvaa. Harrogate on ollut tunnettu ennen kaikkea perinteisyydestään, eleganteista kylpylöistä ja tunnelmallisesta pikkukaupungin ilmapiiristään. Samalla kaupunki on muuttunut kohti urbaaniutta ja kasvattanut suosiotaan vilkkaan yöelämän keskuksena. Eräille kävijöille kaupunki pysyy muutoksista huolimatta perinteisyyden tyyssijana, kun taas toisille paikka näyttäytyy urbaanina bilekaupunkina. Paikan kokonaiskuva voi olla hyvin monipuolinen, mutta yksilöt löytävät kohteesta oman kiinnekohtansa. (Cuthill, 2004, s. 59–65.) Paikkojen voidaankin todeta olevan mielikuvissa eristyneitä ja yksilöllisiä, mutta yhdistyvän tilassa osaksi monipuolisempaa kokonaisuutta. Massey puhuu toimintatilasta.  Yhdessä paikassa voi vaikuttaa yhtä aikaa eri puolelta maailmaa saapuneita vientituotteita ja ilmiöitä. Näin ollen paikat saavat monipuolisempia ja laajempia merkityksiä niin yksilötasolla kuin sosiaalisten ryhmien kohdalla. (Massey, 1995, s. 53–58.)

John Urryn (1995) mukaan turistien käyttäytymisessä on kaikessa kysymys kuluttamisesta. Siinä missä kuluttaminen voi olla konkreettisten hyödykkeiden ja palveluiden ostoa, on kuluttamisessa kyse myös paljon monimutkaisemmista asioista. Turistin katse ohjaa matkailijoita tiettyihin paikkoihin, etsimään tuntematonta tai hakeutumaan muiden turistien merkitsemiä paikkoja. Urry puhuu yksilöllisiä ja harvinaisempia paikkoja etsivästä romanttisesta katseesta sekä yleisiä ja suurempaa yleisöä kiinnostavia paikkoja hakevasta kollektiivisesta katseesta. Kuluttaminen rakentuu erilaisten katseiden varaan aiheuttaen vaihtelevia vaikutuksia ympäristöön. Kollektiiviselle katseelle muiden turistien läsnäolo on tärkeää, koska se merkitsee että paikka on kokemisen arvoinen. Romanttisessa katseessa painottuu autenttisuus ja mitä vähemmän muita katselijoita paikalla on, sitä merkittävämpi on myös kokemus. (Urry, 1995, s. 129–133, 136–140.)

Massaturismi ja sen mukanaan tuomat haittapuolet ovat herättäneet matkailututkimuksessa runsaasti keskustelua. Kriittisimmät tutkijat puhuvat kohteiden

liiallisesta täyttymisestä, ympäristön pilaantumisesta ja jopa matkakohteiden loppumisesta kesken. Matkailussa on usein kyse myös haluamisesta päästä kohteisiin, joissa muut eivät ole käyneet. Tällöin matkailu ei rajoitu jo massaturismin tavoittaneisiin kohteisiin, vaan se leviää laajemmalle ympäri maailman. (Urry, 1995, 133–136.) Käsitykset paikkojen oikeanlaisuudesta asettuvat muutoksia vastaan, eikä kaikkien muutoksien, esimerkiksi turismia varten rakentamisen, katsota sopivan paikkakuvaan (Ks. Massey, 2003, s. 51–55). Kritiikkiin on vastattu eri tavoin puolustellen matkailijoiden keskittymistä tietyille alueille sekä korostettu harvinaisten kohteiden suojassa oloa massoilta. Urry toteaa, kuinka tilanne esimerkiksi luonnonmaisemien täyttymisestä tai pilaantumisesta ei ole yksiselitteinen. Yhtä maisemaa voi katsoa moni yhtä aikaa, mutta miten suojata se liialliselta määrältä turisteja? Nähtävyydet ja matkakohteet eivät ole loppumassa kesken, koska lisää rakennetaan koko ajan. Muistetaanhan kuitenkin pitää huoli, että ei rakenneta liikaa? Massaturismiin liittyvät ongelmat ovat todella moniselitteisiä, jolloin myös ratkaisujen löytäminen vaatii pohdintaa monelta kantilta. (Ks. Urry, 1995, 133–140.)

Turistin katseen rinnalle matkailututkimuksessa on kehittynyt käsitys matkailijan ruumiillisuudesta. Tämän mukaan näkö ei ole ainut aisti, jonka varassa matkailija toimii, vaan matkailijoiden kokemukset ovat moniaistisia ja kehollisia. Soile Veijolan ja Eeva Jokisen (1994) mukaan matkailijoiden toiminnassa on kyse ruumiillisuuden esillepanosta, leikistä ja performanssista (Veijola & Jokinen, 1994). Matkailijat eivät ole passiivisesti katseen ohjaamina kulkevia massoja, vaan aktiivisia toimijoita. Ruumiillisina voidaan nähdä niin matkailijat kuin matkailualalla toimivat palveluntarjoajat, joiden myötä turistinen performanssi muodostuu kokonaisuudessaan ruumiillisuuden esityksistä ja suorituksista (Veijola & Valtonen, 2007).

Matkailututkimuksen performatiivinen käänne sisältää Goffmanin performatiivisuusmetaforia, joiden mukaan turistista toimintaa voidaan yhdistää näyttämöllä oloon. Turistit ovat osallisia eräänlaisessa esityksessä ja vetävät turisteille ominaisia rooleja, jolloin kokonaisuus toteutuu toiminnan kautta. Turistit käyttäytyvät myös opittujen kulttuuristen roolien mukaisesti. Paikassa toimiminen ei perustu pelkkään tietämykseen paikasta, vaan riippuu ennen kaikkea turistin kulttuuritaustoista ja käsityksistä oikeista tavoista olla. Koska turistien toimintaa ei tule nähdä passiivisena, ei sitä tule myöskään pitää ennalta määrättynä. Toiminnat muodostuvat yksilöllisesti,

jolloin samassakin paikassa voi toteutua monta erilaista esitystä. Performatiivisuus vaatii toteutuakseen myös materiaalista taustaa, kuten turistibusseja, rantahiekkoja ja ravintoloita. Ilman materiaalista näyttämöä turismi olisi elotonta. Performatiivisen käänteen mukaisesti turismia ei myöskään nähdä jokapäiväisestä elämästä irrallisena, sillä performatiivisuus muodostuu usein turistien toiminnasta toisten turistien kanssa. Paikat tarjoavat mahdollisuuden tutustua uusiin ihmisiin tai vahvistaa suhteita matkakumppanina toimivan puolison tai perheenjäsenen kanssa. (Urry & Larsen, 2011, s. 190–194, 206–207.)

Maailmassa on runsaasti matkakohteita ja matkailijan löydettäväksi tarkoitettuja paikkoja. Siinä missä paikat ovat ympäristössä tapahtuvien muutoksien kautta liikkeessä saattavat ne kuitenkin pysyä matkailijoiden mielissä muuttumattomina. Tietyt paikat edustavat matkailijoille tiettyjä asioita ja rakentuvat mielikuvissa samannäköisinä ajasta riippumatta. Paikan merkitys laajana matkailijan ajatuksista ja mielestä kumpuavana kokonaisuutena tekee siitä maantieteellisiä rajoja suuremman käsitteen. Paluuturistille matkan kohteena oleva paikka ei ole yksinomaan se kohde, kaupunki tai maa johon palataan, vaan kenties ennemminkin rauhoittumisen, oman itsensä löytämisen tai kodin paikka.

## 3.2 Tuttuuden merkitykset paluussa

Pohdittaessa miksi ihmiset matkustavat, voidaan yhtenä vastauksena vedota ihmisten haluun kokea uutta ja tutustua vieraaseen. Paluuturismin kohteena oleva paikka edustaa uutuuden ja vieraan sijasta yleensä tuttua. Tutkimusteksteissä tuttuuden merkitykset matkailijoille saavat monia selityksiä. Yhtäältä aiemmin vierailtu kohde ansaitsee uusintavierailun kokonaiskuvansa ansioista, joka on todettu hyväksi aiemmalla käyntikerralla. Toisaalta jollain muulla kohteella saattaa olla niin epäilyttävä maine, että uuden sijasta on houkuttelevampaa matkata kohteeseen, jonka kokee tuntevansa paremmin. Tuttuus onkin käsitteenä monikerroksinen ja herättää mielenkiintoa siinä missä vieras. (Ks. esim. Baloglu, 2001; Prentice, 2004; Carneiro & Crompton, 2010.)

Tuttuutta on määritelty yksinkertaisemmista tavoista monipuolisempiin. Liian yksinkertaisina pidettäville selitykselle, jotka jakavat tuttuuden kaksijakoisesti aiemmin

tunnettuun ja vieraaseen, on esitetty kritiikkiä. Matkakohdetta koskeva tuntemus kun voi syntyä, vaikka ei olisi kohteessa koskaan käynytkään, ja olisi väärin olettaa pelkän vierailun tekevän kohteen tutuksi. Huomiota onkin kiinnitetty käsitteen moniulotteisuuteen, jonka saralla esille voidaan nostaa Baloglun (2001) määritelmä tuttuuden kolmesta ulottuvuudesta. Baloglun mukaan tuttuutta määrittelee ensimmäisenä informatiivinen taso, eli kuinka laajoja tai suppeita tiedonlähteitä kohteeseen tutustuttaessa on käytetty. Toinen tyyppi määritellään matkailijan aiempien kokemusten määrän ja luonteen perusteella, eli lähestyykö matkailija kohdetta ensikertalaisena vai uusintakävijänä. Kolmas tyyppi taas perustuu matkailijan omaan arvioon siitä, kuinka tuttuna hän paikkaa pitää. (Baloglu, 2001.) Prentice (2003) on lisännyt Baloglun määritelmään vielä neljännen tyypin, joka on koulutuksellinen. Tämä viittaa henkilön koulutustaustaan ja siihen perustuvaan tuntemukseen kohteesta. Oppineisuus voi perustua niin muodolliseen ja virallisten lähteiden kautta opittuun kuin epävirallisempiin lähteisiin, kuten kaunokirjallisuuteen tai elokuviin. (Prentice, 2003, Prenticen, 2004, s. 926 mukaan.)

Tietyn kohteen mieltäminen tutuksi voi muodostua monin eri tavoin. Saila Saraniemi (2009) on tutkinut median vaikutusta matkakohdekuvien rakentamisessa keskittyen suomalaisten matkakohteiden näkyvyyteen brittilehdistössä. Hän kiinnittää työssään erityistä huomiota median valtaan kohdekuvien rakentamisessa. Vähemmän tunnetuille kohteille esimerkiksi lehtikirjoitusten tarjoama näkyvyys voi olla korvaamattoman tärkeää, koska niiden avulla voidaan tavoittaa potentiaalisia uusia kävijöitä. Samoin jostain kohteesta voidaan rakentaa asiantuntevien kirjoitusten ja kuvien täydentämien juttujen kautta erilaista kuvaa kuin siitä aiemmin oli tarjottu. Ihmisten luottamus puolueettomiin medialähteisiin voi usein olla jopa suurempi kuin usko varsinaisiin matkailumarkkinointi- tai mainosmateriaaleihin. Lehdistössä esiintyvät jutut tarjoavat myös Suomesta ja suomalaisista matkakohteista kokonaisuudessaan monipuolisempaa kuvaa kuin ihmisten pelkkiin mielikuviin perustuvat arvioinnit. (Saraniemi, 2009.)

Mediakatse ja matkailijan katse menevät usein yhteen aiheuttaen tunteen paikkojen tulemisesta lähemmäksi TV-ruudun tai valkokankaan välityksellä. Monet tuntevat New Yorkin lukuisien sinne perustuvien televisio-ohjelmien perusteella tai Pariisin vastaavien elokuvien johdosta. Monet matkailijat haluavat päästä näkemään esimerkiksi suosikkielokuvansa kohtauspaikat tai maisemat myös luonnossa. Elokuvateollisuuden ja

matkailun yhteistyöstä onkin tarjolla runsaasti esimerkkejä niin elokuvien kuvauskohteisiin kuin kuvausstudioille sijoittuvien matkapakettien muodossa. Alalla tehdään menestyvää liiketoimintaa kuljettaen elokuvista innostuneita matkailijoita ihastelemaan tuttuja maisemia. (Ks. Girs, 2010; Urry & Larsen, 2011, s. 116–118.) Myös elokuvat itsessään voivat tarjota mahdollisuuden palata tuttuina pitämiinsä paikkoihin. Elokuvien paikat edustavat pysyvyyttä, mikä voi viehättää muuten muuttuvassa maailmassa. (Tuan, 2006, s. 22–23.)

Monet matkakohteet kilpailevat toisten samantyyppisten kanssa, jolloin on tärkeää, että potentiaaliset asiakkaat erottavat kohteet toisistaan. Markkinoinnin saralla puhutaan paljon kohdeimagosta ja matkakohdekuvien vahvistamisesta. Nämä kuvat tulisi välittää myös potentiaalisille kohteessa kävijöille ja vielä siten, että he erottavat selkeästi, mistä kohteesta milloinkin on kysymys. (Saraniemi, 2009.) On tärkeää selvittää matkailijoiden näkemyksiä ja mielikuvia matkakohteista ennen matkakohdevalintaa, jotta valinta ei perustu väärien tietojen varaan. Matkailijoiden näkemykset kun ovat saattaneet syntyä harhaanjohtavien kuvien kautta, jolloin niillä ei välttämättä ole yhteyttä todellisuuden kanssa. Mitä kauempaa matkailija kohteita katsoo, sitä helpommin tietyn maan tai alueen matkakohteet saattavat mennä sekaisin. Tässä yhteydessä matkailijan kokeman tuttuuden selvittämisellä on tärkeä rooli matkakohdevalintaa tehtäessä, kun matkailija ei ole vielä kohteessa käynyt. (Ks. Andsager & Drzewiecka, 2002; Carneiro & Crompton, 2010.)

Tutkijat ovat kiinnittäneet huomiota stereotypioihin ja niiden vaikutuksiin matkakohteita koskevissa valinnoissa. Usein matkailijoilla on tietyistä maista käsityksiä, jotka perustuvat tiedon sijasta stereotypioihin. Käsitykset maailmasta perustuvat yleensä tyypittelyyn tai stereotyypittelyyn. Stereotyypittelyssä luotetaan yksinkertaisempiin käsityksiin, jotka ovat syntyneet esimerkiksi muutamien muistojen tai yleistyksien perusteella. Esimerkkejä on lukuisia aina stereotyyppisistä käsityksistä Suomesta joulupukin maana tai vaikkapa Pariisista romanttisena rakastavaisten kaupunkina. Usein stereotypiat saattavat olla ainut tieto, joka matkailijalla jostain kohteesta on ja toisinaan myös lopulta tärkein syy, miksi matkailija kohteeseen haluaa tai ei halua. Näkemykset jostain maasta tai sen kulttuurista muodostuvat vertailuna omaan kulttuuriin, jolloin toinen nähdään vieraana. Mikäli pinttyneitä stereotyyppisiä

käsityksiä ei tunnisteta, ei niitä pystytä muuttamaankaan. (Ks. Andsager & Drzewiecka, 2002, s. 402–404.)

Stereotyyppisten näkemysten muuttaminen on usein hyvin vaikeaa, eikä niihin aina auta edes matkailijan vierailleminen kohteessa, vaikka tuttuuden muodostuminen kohteessa vierailun kautta auttaa luonnollisesti vahvistamaan tai muokkaamaan matkailijan käsityksiä paikasta. Joskus kuitenkin omissa mielikuvissa tuotettu paikka- tai kohdekuva on niin tiukassa, että paikassa oltuaankin matkailija näkee sitä mitä haluaa. Joskus saattaa nähdä myös sitä, mitä ei oikeasti olekaan (Laxson, 1991, s. 373, Andsagerin & Drzewieckan, 2002, s. 403 mukaan). Tällöin voidaan esille nostaa jälleen Urryn ja Larsenin (2011) käsitykset turistin katseesta ja katseen hakeutumisesta itselle sopivalta tuntuviin näkymiin. Paikan tuttuus ja vieraus ovat monimutkaisia käsitteitä, eikä näitä ole aina helppo erottaa toisistaan. Joskus se, mitä pidetään vieraana voi todellisuudessa olla tuttua ja toisin päin (Prentice, 2004, s. 926). Stereotypiat ja paikkojen tuottaminen mielikuvissa rakentavat käsityksiämme ja ohjaavat meitä myös matkustuspäätöksissämme. Käsitykset matkailijaa kiinnostavasta vieraasta voidaan asettaa uuteen valoon, kun mietitään, miten paljon tutussakin voi olla tuntematonta.

Matkailijan tuttuna pitämässä kohteessa viehättävät muun muassa turvallisuus, helppous ja luontevuus toimia. Matkakohdevalinnassa yhtenä tärkeimpänä tekijänä voi jollekin olla myös kohteen samankaltaisuus kotimaan kanssa. Esimerkiksi Kypros näyttäytyy brittituristeille hyvänä vaihtoehtona, koska siellä muun muassa puhutaan hyvin englantia ja liikenne on vasemmanpuoleista. Kohde on myös vakiinnuttanut asemansa brittituristien suosimana, jolloin kohteeseen matkustettaessa voidaan olla lähes varmoja, että paikalla on muitakin omanmaan kansalaisia. (Sharpley, 2004, s. 28.) Tutussa kohteessa matkailijat voivat ottaa rennommin, kun tietävät mitä saavat. Kokonaiskuva on hahmotettu aiemmilla vierailukerroilla, joten esimerkiksi tarjolla olevat kulkureitit ja palvelut ovat selvillä. Selkeys ja tuttuus houkuttelevat myös palaamaan uudestaan. Kuten edellä on todettu, tutun ja vieraan välinen suhde ei ole yksinkertainen, joten matkailijan käsitykset paikan tuttuudesta voivat määrittyä monin eri tavoin. Siinä missä tuttuus on yhdelle tietämys paikallisista ravintoloista ja parhaista kulkureiteistä, voi se toiselle merkitä tuntemusta kohteen historiasta tai paikallisesta kulttuurista. Lopulta matkailijan itse tärkeimpänä pitävät tuttuuden määritelmät rakentavat hänen kokemansa paikan tuttuuden.

Matkailututkimuksessa puhutaan paljon paikkojen tulemisesta tutuksi erilaisten väylien kautta, joista paikassa vierailleminen ja sinne paluu vaikuttavat olevan vain mahdollisuuksia monien joukossa. Matkailumarkkinoinnin näkökulmista pidetään tärkeänä, että matkailijat tunnistavat kohteet toisistaan ja usein varsinaista paluutakin tärkeämpää on, että matkailijoiden positiiviset kokemukset johtavat heitä välittämään suotuisia kohdekuvia myös eteenpäin. Huomiota on kiinnitetty kuitenkin myös matkoihin, jotka keskittyvät esimerkiksi lapsuuden maisemiin, kotiseudulle tai muuten erittäin tuttuina pidettyihin paikkoihin. Paluu kotiin tai muutoin tuttuun paikkaan voi toimia eräänlaisena omien jalanjälkien hahmottamisena. Matkailija ei ole välttämättä nähnyt tuttuna pitämäänsä paikkaa vuosiin, mutta voi silti odottaa kokevansa siellä esimerkiksi tunteita, joita aina ennenkin. Tuttuihin kotiseutumaisemiin matkatessaan kiinnostavuus ja halua vierailla paikassa nousevat tyytyväisyyden yläpuolelle, mikä erottaa matkailijan perinteisestä kuluttavasta kävijästä, turistista. Emotionaalisuus ja paikan tunne sitovat matkailijaa paikkaan kuin myös auttavat vahvistamaan identiteettiä. (Pearce, 2011.)

Claudio Minca ja Tim Oakes (2006) puhuvat matkailun paradokseista, jotka asettavat perinteiset käsitykset matkailun merkityksistä esimerkiksi kodista erottautumisena uuteen valoon. Usein matkalle lähdettäessä jätetään oma koti taakse odottamaan sinne paluuta, mutta itse matkan kohteestakin voi löytyä kodintuntuisia elementtejä. Matkan ja kodin ero toisistaan ei olekaan niin jyrkkä. Huomiota voidaan kiinnittää muun muassa näkökulmaan, jonka mukaan matkan kohteena oleva paikka on joidenkin muiden koti. Matkailijan voi olla vaikea luottaa ensi alkuun vieraaseen paikkaan ja nähdä se paikallisten tavoin. Paikallisten tapa kokea paikka voi tuntua aidommalta, mutta matkailijalle tavoittamattomalta. Tutustuminen paikkaan paikallisoppaan johdolla ei sekään välttämättä tuo paikkaa matkailijan kokemuksissa lähemmäs, sillä usein itsenäiset tutustumiskerrat koetaan läheisimmäksi. Näkökulma paikallisoppaan puolesta ei sekään ole yksioikoinen. Pohdintaa herättävät muun muassa kysymykset, mitä matkailijalle tulisi kertoa, miten hyvin itse tuntee paikan ja voiko paikan todellista luonnetta näyttää vieraalle. Lopulta mitä tutummaksi paikka matkailijalle tulee, sitä helpompi hänen on siihen luottaa. Paikallisen tai paikkaa kotina pitävälle tutustumiskierrokset vieraan näkökulmasta voivat niin ikään tuoda uusia tuntemuksia paikasta. Hän voi kokea olevansa itsekin vieraassa paikassa ja kyseenalaista

tietämyksensä tai huomata, miten hänen tuntemuksensa paikasta on muuttunut. (Minca & Oakes, 2006, s. 1–2, 7–10; Ks. myös Veijola, 2006, s. 77–95.)

Paluussa kotiseudulle ja lapsuuden maisemiin voidaan puhua ikään kuin paluusta tiettyyn aikaan. Paikkaan liittyy mielikuvia ja kokemuksia, jotka muovaavat käsityksiä paikasta. Paluu vuosien jälkeen voi tarjota myös uusia näkemyksiä paikasta, kun esimerkiksi lapsena koetut asiat asettuvat aikuisen näkökulmasta uuteen valoon. Paikassa voi kokea myös oman itsensä eri tavoin, verrata millainen oli silloin ja millainen olisi kenties voinut olla. Menneisyyteen ei voi palata, mutta sitä voi oppia ymmärtämään uudella tavalla vieraillessa menneisyyttä edustavassa paikassa. (Veijola, 2006, s. 91–95.) Tavallaan me myös kaipaamme paikkoja, jotka edustavat pysyvyyttä tai ainakin tuntuvat pysyvän muuttumattomina, vaikka koko muu maailma ympärillä muuttuisi. Yksin tai yhdessä koetut hetket tutussa ympäristössä rakentavat myös halua palata ja kokea pysyvyys uudestaan ja uudestaan. Paikan eheys vahvistaa myös matkailijan omaa eheyttä. (Tuan, 2006, s. 18–19.) Matkailijan tietoisuus tutusta paikasta arjen ulkopuolella voi tarjota myös voimavaroja jaksaa, ennen kuin seuraavan paluun aika on edessä.

### 3.3 Suhteiden vahvistaminen paluun kautta

Vierailtuaan jossain paikassa matkailijoiden on mahdollista luoda suhteita paikkaan. Toisinaan suhteet jäävät pinnallisiksi, toisinaan paikka voi tarjota tärkeitä merkityksiä ja paikkasuhteesta tulee osa identiteettiä. (Rose, 1995, s. 88–92.) Toisinaan jokin satunnaisen matkailun kohteena ollut paikka saattaa herättää jo ensivierailulla tunteen, että paikka on erityinen ja sinne haluaa palata myös uudestaan (Tuan, 2006, s. 19–20). Paluuturismin kannalta on tärkeää selvittää, millaisia merkityksiä paluuturismin kohteena oleva paikka tarjoaa matkailijalle. Tärkeiksi koetuissa paikoissa ihminen kokee yleensä turvallisuutta, mielihyvää ja kodintuntua. Mikäli paikan kokee vastaavan omiin tarpeisiin ja omaan identiteettiin, myös paikkasuhteen syntyminen vahvistuu. (Ks. Rose, 1995, s. 89–92.)

Tietystä paikasta voi tulla henkilölle tärkeä, kun siihen kiintyy, ja muistot paikassa koetuista hetkistä tekevät siitä rakkaan (Lee, 2001). On myös mahdollista, että jostain

paikasta muodostuu ainoa, jossa tiettyjä aktiviteetteja voi suorittaa. Paikka itsessään voi olla maantieteellisesti pienempi tai suurempi alue, jossa kokee joko paikallista yhteyttä jonkin ilmiön kautta tai esimerkiksi kansallista yhteyttä oman kansalaisuutensa edustajien kanssa. Nykyaikana on mahdollista kokea myös paikkatunnetta globaalilla tasolla, mitä vahvistavat ympäri maailman tulevat elokuvat, uutiset ja muut ilmiöt. Paikkasuhteen synnyssä onkin usein keskeisintä henkilön yksilölliset tunteet, eikä niinkään paikan koko tai merkittävyys yleisellä tasolla. (Ks. Rose, 1995, s. 89–92; Hammitt, Backlund & Bixler, 2006.)

Paikkasuhteiden ja paikkatunteen syntyä on määritelty niin sosiologian, maantieteen kuin antropologian näkökulmasta. Ensimmäisen selityksen mukaan paikkatunteen hahmottaminen kuuluu luonnollisena osana ihmisyyteen. Paikkojen rajaaminen ja erottelu toisistaan ovat eräänlaisia selviytymiskeinoja, jotka perustuvat reviirivaistoon. Luonnollisuuteen perustuva selitystapa on saanut osakseen kritiikkiä, ja sitä on pidetty liian yksinkertaisena selityksenä. Toisen näkökulman mukaan paikkatunteet syntyvät voimasuhteista ja ihmisten kyvystä erotella erilaisia kulttuureja toisistaan. Erottelun perusteella pystymme luomaan rajoja paikkojen välille ja arvioimaan myös, millaiset asiat sopivat tiettyyn paikkaan ja millaiset eivät. Kellä on eniten valtaa saa lopulta päättää, millaiseksi paikat muodostuvat. Tänä päivänä vallan tärkeimpiä välineitä on etenkin kehittyneissä maissa raha. Kolmas näkökulma paikkatunteen perustelussa liittyy myös erottautumiseen. Sen mukaan erottautumisessa ei ole kyse niinkään vallasta, vaan paikkatunne on väline erottautua vieraasta ja löytää sen kautta henkilökohtainen kuuluminen johonkin. (Rose, 1995, s. 98–105.)

Luotujen paikkasuhteiden joukossa on usein merkittävämpiä ja vähemmän merkittäviä suhteita. Nykyaikana ei ole harvinaista, että ihmisellä olisi jopa useampi koti. Seija Tuulentie (2007) selvittää tutkimuksessaan, millaisia merkityksiä lappilaiset matkakohteet tarjoavat ja mikä saa matkailijat hankkimaan kohteesta kakkoskodin tai jopa muuttamaan sinne pysyvästi. Matkailijat eivät ole kohteessa koskaan täysin ulkopuolisia, vaan esimerkiksi osallistuminen paikassa tapahtuvaan toimintaan tai suhteiden luominen paikallisten ihmisten kanssa lähentävät matkailijoita paikkaan. Halu palata kohteeseen ja sitoutua sinne pysyvämmin vaatii tosin vahvempaa paikkasuhdetta, eikä vastaavaa luonnollisesti ole syntyvä minkä kohteen kanssa tahansa. (Tuulentie, 2007.)

Loma-asukkaista tehdyt tutkimukset osoittavat myös, mitä pitempään henkilö viipyy jossain paikassa, sitä vahvempi paikkasuhde hänellä kehittyy. Lomapaikka tarjoaa merkityksiä ja paikkasuhteen syvennyttyä kohteesta saattaa tulla eräänlainen turvapaikka, johon paeta arjen keskeltä. Paikkaan kiintyneillä asukkailla on usein myös suurempi halu osallistua paikan kehitykseen, mikä auttaa osaltaan vahvistamaan kohteen kestävää kehitystä. (Kelly & Hosking, 2008; Tuulentie, 2007.) Paikkaan kiinnittyminen syntyy sekä konkreettisista tarpeista että emotionaalisista. Jokin paikka saattaa tarjota mahdollisuuden melontaan tai hiihtoon, mikä houkuttelee matkailijan paikalle. Emotionaalinen suhde syntyy erilaisten osallistumisien, paikkaan tutustumisen sekä aktiviteettien kautta. Samassa paikassa suoritetut toiminnat vahvistavat paikkasuhteita, kun ne vastaavat matkailijan tarpeisiin ja tekevät hänet tyytyväiseksi. (Schuster ym., 2011.)

Jokin tietty maisema voi herättää jo ensi näkemältä eräänlaisen rakastumisen tunteen, joka houkuttelee palaamaan paikkaan uudelleen. Kiintyminen esimerkiksi merenrantaympäristöön tai pilvenpiirtäjien täyttämään kaupunkimaisemaan on usein kulttuurillista, mutta kumpuaa osin myös omasta itsestään. Maisemien pysyvyys ja mielikuva samanlaisena säilymisestä ajan kuluessa lujittavat uskoa omaan minuuteen. Joidenkin paikkojen toivoo pysyvän ja olevan ikään kuin aina olemassa mahdollisia vierailuja varten. Paluuturismin kohdalla usko oman paikan säilyvyyteen on uskottavasti tärkeässä asemassa ja merkittävä myös paikkasuhteen kannalta. Lievitystä paikan kaipuuseen voivat tuoda muun muassa valokuvat tai paikasta muistuttavat matkamuistot, joiden avulla paikkaan voi matkustaa muistoissa. Muistoissa paikka on sellainen kuin sen on kokenutkin olevan. (Ks. Tuan, 2006, s. 19–22.)

Myös tuttuudella on roolinsa paikkasuhteen muodostumisessa. Mitä tutumpana paikkaa pitää on luonnollista että sitä helpommin syntyvät paikkasuhde ja paikkaan kiinnittyminen. Muistot paikassa koetuista hetkistä, toteutetut aktiviteetit tai tutustuminen paikallisiin ihmisiin rakentavat merkityksiä (Ks. Lee, 2001). Tuttuun paikkaan palaaminen vahvistaa suhdetta ja paikan tunteminen entuudestaan tekee paikan kokemisesta erilaista kuin ensimmäisellä kerralla. Ensimmäisellä kerralla kohde saattoi tuntua käytännössä vieraalta, mutta toisella kerralla kohde näyttää tutummalta. Tällöin myös kohteessa toimiminen voi olla helpompaa. Tuttuuden merkitys paikkaan kiinnittymisessä ei ole tässäkään suhteessa yksinkertainen. Voidaan pohtia muun

muassa luoko tuttuus paikkaan kiinnittymistä vai vahvistaako kiinnittyminen tuttuutta. (Hammitt ym., 2006.)

Paluuturismissa paikkasuhteilla on epäilemättä matkailijoille tärkeä rooli, mutta se kuinka tiedostettuja suhteet ovat, voi olla vaihtelevaa. Tunne paikkaan kuulumisesta ei ole aina tietoista, ja merkitysten sanoiksi pukeminen voi tuntua kertojasta hankalalta. Helpompaa on selvittää, miten esimerkiksi sama maisema voi merkitä erilaisia asioita katsojasta riippuen, mutta sitä, mihin nuo erot perustuvat on vaikeampi hahmottaa. Tuntemukset paikasta voivat olla piilotajuisia ja joskus paikkasuhteen merkityksenkin hahmottaa vasta, kun joutuu paikasta erilleen. (Keskitalo-Foley, 2006, s. 131.) Paikkasuhteiden syntyminen voi olla merkittävää myös matkakohteiden näkökulmasta, koska suhteiden perässä saapuvat matkailijat ovat usein uskollisempia kuin kertavierailijat. Paikkasuhteiden tunnistaminen ja niiden merkitysten avaaminen tarjoavat selvityksiä kohteen matkailijoista, mitä he haluavat ja mitä he pitävät paikassa tärkeinä. Toistuvat vierailut paikassa ovat totuttaneet matkailijan tuntemaan paikan tietyllä lailla. Tällöin esimerkiksi muutokset ja jonkin lisääminen tai poistaminen paikasta saattaisi vaarantaa paikkasuhteen pysyvyyttä.

Matka ja koti erotetaan usein toisistaan, vaikka nykyaikana ihmisillä voi olla monta kotia ja joillakin jopa virallinen kakkoskoti toisella paikkakunnalla. Muuttamiset ja liikkuvuus mahdollistavat monen kodin olemassaolon, mutta tästä huolimatta useimmiten nimenomaan synnyinseutuja saatetaan pitää ensisijaisena kotipaikkana. Kuten olen esittänyt, matkailijat voivat löytää maailmalta erilaisia paikkoja, jotka tarjoavat merkityksiä. Palatessaan tärkeään paikkaan matkailija eroaa fyysisesti kodistaan, mutta se sama kodintuntu voi löytyä myös tuosta toisesta paikasta. Matka kodista ei merkitse itsensä kadottamista, vaan sen voi löytää muista paikoista, maisemista tai nähtävyyksistä (Tuan, 2006).

Matkustaminen nähdään usein myös erontekona arjelle ja kodinaskareille. Eronteot työn ja loman sekä kodin ja matkan välillä eivät ole suoraviivaisia, vaan kokonaisuudessaan ne täydentävät toisiaan. Arki koostuu monista tekijöistä, joista useita pidetään niin itsestään selvinä, että niiden olemassaoloa ei huomata tai osata sen tarkemmin määritellä. (Ks. Jokinen, 2005.) Perheen kanssa vietetyt lomat tarjoavat mahdollisuuden kodin merkitysten rakentamiselle ja suhteiden vahvistamiselle. Lomat

perheen kanssa voidaan nähdä tilaisuuksina nauttia yhteisestä ajasta ilman koulun, työn tai harrastusten tuomia rajoitteita. (Obrador, 2012.) Kuitenkaan lomalla ei olla täysin kodin roolien tai askareiden yläpuolella. Tutut kotityöt rakentavat ja tukevat erilaisia rooleja, jotka muodostavat arkisubjektin niin sanottuja perinneasentoja. Kodin rutiinit tukevat asentoja ja auttavat niitä toimimaan pehmeästi arjessa. (Jokinen, 2005, s. 27–32.) Myös lomalla vanhempien roolit lastensa kasvattajina ja huoltajina säilyvät, jolloin huolehtiminen esimerkiksi ruokailuista ja kurista pitävät paikkansa. Yhteinen aika tulee kuitenkin suunnitella kompromissein, jotta kaikki saavat nauttia yhteisestä tekemisestä. Lomalla onkin usein enemmän yhteyksiä sosiaalisiin suhteisiin ja velvollisuuksiin kuin eroja niistä. Perheen kanssa vietetyt lomat ovat suhteiden vahvistamisen paikkoja, mikä tuodaan myös kotiin. (Larsen ym., 2007, s. 245; Obrador, 2012.)

Lomalla tarjoutuu mahdollisuus suhteiden vahvistamiselle kodin rooleja unohtamatta. Matkaseurasta riippuen lomanviettoa varten tehdään erilaisia valintoja kohteen, matkan keston ja majoittumisen kannalta (Obrador, 2012). Majoitusmuodon valitseminen tuo perheenjäseniä lähemmäs eri tavoin riippuen siitä, jaetaanko yhdessä hotellihuone vai isompi mökki. Lasten kanssa matkustettaessa voi tuntua luonnolliselta valita majapaikaksi esimerkiksi mökki, jossa voidaan suorittaa tuttuja arjenaskareita, laittaa ruokaa ja jakaa lapset ja aikuiset omiin huoneisiin. Keskenään matkustavat pariskunnat, aikuiset taas, voivat keskittyä matkalla lomanviettoon, johon kuuluu rento majoittuminen hotellissa ilman kotiaskareiden painoa. Huolehtiminen toistensa viihtyvyydestä ei luultavasti katoa lomalla mihinkään, vaan suhteen vaalimiseksi on tärkeää, että lomalla tehdään molempia kiinnostavia asioita. (Jokinen & Veijola, 1990, s. 74–75.) Paluu tuttuun paikkaan, johon liitetään merkityksiä aiempien perheen tai puolison kanssa tehtyjen matkojen perusteella, antaa tietyn painon myös suhteiden vaalimiselle. Palatessaan paikkaan palataan samalla myös suhteiden äärelle, joihin voidaan lomalla kiinnittää erilaista huomiota.

# 4. AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkielmani aineistona toimivat tiettyyn paikkaan toistuvasti matkaavien henkilöiden kanssa tehdyt haastattelut. Tein yhteensä viisi haastattelua matkailijoiden kanssa, joiden paluun kohteena olevat paikat sijaitsevat Lapissa. Aineistonanalyysissä käytän sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysiä käyttämällä hahmotan, mitä haastatteluaineisto sisältää, mitä matkailijat puhuvat ja millaisia merkityksiä paluuturismi puheissa saa.

## 4.1 Matkailijoiden haastattelut aineistona

Aineistonani toimivat matkailijoiden kanssa tehdyt haastattelut. Tein aikavälillä 3.-18.1.2012 yhteensä viisi haastattelua, joista kahteen osallistui pariskunta ja muut olivat yksilöhaastatteluja. Haastattelut vaihtelivat kestoltaan 30 minuutista 50 minuuttiin. Kaiken kaikkinaan litteroitua materiaalia tuli yhteensä noin 40 sivua. Sen sijaan, että olisin käyttänyt jotain valmista aineistoa, koin tärkeäksi kerätä kokonaan uuden aineiston. Kiinnostuin matkakertomuksista tutkimusaineistona muun muassa Monika Lüthjen väitöskirjan *Se mukava maaseutu siellä jossain* kautta. Näin matkailijoiden kokemuksien pohjalta kootun aineiston mielenkiintoisena mahdollisuutena hahmottaa tutkimusaihetta ja tilaisuutena painottaa matkailijoiden näkökulmaa. Halusin myös tutkia paluuturismia työni teoreettisen viitekehyksen puitteissa. Oman aineiston keruussa sain laatia haastattelukysymykset teoriaa tukena käyttäen ja lisäksi olla läsnä haastattelujen teossa. Itse laatimien haastattelukysymysten ja toteuttamieni haastattelujen myötä sain mielestäni kerättyä sellaisen aineiston, joka vastasi oman työni tarpeita.

Haastattelua aineiston keruumenetelmänä käytettäessä on hyvä muistaa, että haastattelu on vuorovaikutustilanne. Toisinaan haastattelu voi muodostua vapaamuotoista keskustelua muistuttavaksi tilanteeksi. Haastattelijan on muistettava olla neutraali eikä esimerkiksi ohjailla haastateltavaa antamaan tiettyjä vastauksia. Haastattelussa toimitaan kuitenkin tutkijan intressien mukaisesti, jolloin haastattelijalla on oikeus esittää lisäkysymyksiä tai pyytää haastateltavaa tarkentamaan vastauksiaan. Mikäli haastattelussa eksytään esitetystä kysymyksestä tai käsittelyssä olevasta aiheesta

erilleen, tulee haastattelijalla olla oikeus ohjata tilanne takaisin oikeille raiteille. (Ks. Ruusuvuori & Tiittula, 2005, s. 22–32, s. 44–51.)

Käyttämänäni haastattelumuotona toimi puoli-strukturoitu teemahaastattelu. Toisin kuin strukturoidussa haastattelussa, puoli-strukturoidussa ei käytetä esimerkiksi valmiita vastausvaihtoehtoja sisältäviä ja tiukasti haastattelusta toiseen samassa muodossa kulkevia kysymyslomakkeita. Käyttämässäni teemahaastattelun muodossa korostuvat yleisesti myös vuorovaikutus, kuuntelu ja vastauksiin reagointi. (Ks. Tiittula & Ruusuvuori, 2005, s. 11–12.) Käytin haastatteluissa teemahaastattelurunkoa, joka muodostui tietyistä pääkysymyksistä ja niitä tukevista apukysymyksistä. Haastattelurungon pääteemat koostuivat matkakokemuksiin, paikassa toimimiseen, paikan kuvailuun, paikkamerkityksiin ja tulevaisuuteen liittyvistä kysymyksistä. Teemojen käsittelyn jälkeen haastateltavilla oli lisäksi mahdollisuus vapaamuotoisiin lisäyksiin, mikäli heistä tuntui tarpeelliselta täydentää kertomuksiaan. Haastattelun rakenne säilyi haastatteluista toiseen pääpiirteissään samana, mutta toisinaan kysymysten muodot sekä apukysymykset vaihtelivat haastateltavien vastauksien laajuudesta tai suppeudesta riippuen. Etenkin viimeisenä esitettyyn mahdollisuuteen kertoa, mitä haastateltavalla olisi lisättävää, tuli tilanteesta riippuen vaihtelevia pidempiä ja lyhyempiä kertomuksia. Nämä antoivat edelleen mahdollisuuden lisäkysymysten esittämiseen ja sellaisten asioiden tarkempaan käsittelyyn, jotka varsinaisten haastattelurungon kysymysten kohdalla jäivät lyhyemmiksi.

Valitsin haastateltavikseni henkilöitä, joiden tiesin matkanneen johonkin matkakohteeseen usean kerran sekä olevan yhä innokkaita palaamaan sinne myös uudestaan. Matkailijoita yhdisti tiettyyn kohteeseen matkaamisen lisäksi myös se, että kaikkien paluuturismin kohteena olevat paikat ovat Lapissa, eli Pyhätunturilla, Kilpisjärvellä, Levillä ja Luostolla. Vaikka paluuturismin ilmiötä voisi tutkia kiinnittämättä erityistä huomiota paluun kohteena olevaan paikkaan, tuo tutkielmassani paikkoja yhdistävä lappilaisuus lisänäkökulmaa kokonaisuuteen. Lisäksi oma tuntemukseni lappilaisista kohteista helpotti haastattelutilanteissa. Pystyin mielestäni hahmottamaan paremmin mitä haastateltavat puheissaan tarkoittivat esimerkiksi kuvaillessaan paikkoja, ja osa kysymyksistäkin oli helpompi esittää, kun tiesin etukäteen mitä paikassa on tai mitä siellä ei ole. Oma tietämykseni paikoista ei vaikuttanut haastattelurungon muotoon sinänsä, vaan joka haastattelussa käytiin läpi

teemahaastattelurunko pääsääntöisesti samassa muodossa. Ymmärrys lappilaisten matkakohteiden eroavaisuuksista vaikutti kuitenkin esitettäviin apukysymyksiin ja haluuni selvittää esimerkiksi, miten paikat matkailijoiden mielestä eroavat toisistaan ja miksi oma paluuturismin kohteena oleva paikka koetaan paremmaksi kuin jokin toinen lappilainen paikka.

Haastateltavia etsiessäni en kokenut tärkeäksi määritellä tarkemmin, kuinka monta kertaa matkailijat olivat samassa paikassa vierailleet tai minkälaisin väliajoin he matkoja tekevät. Uskon paikkasuhteiden syntyvän matkailijasta riippuen eri tavoin, eikä esimerkiksi käyntikertojen suuri määrä kerro suoraan matkailijan paikkasuhteen laatua. Haastattelemistani henkilöistä kolme olivat käyneet valitsemassaan kohteessa parinkymmenen vuoden ajan säännöllisesti kerran tai muutaman kerran vuodessa. Neljällä paluuturismin kohteessa oli käyty alle kymmenen vuoden ajan ja yleensä useammin kuin kerran vuodessa. Yksi haastateltavista kertoi käyneensä paluupaikassa aiemmin useasti, mutta ei aivan viime aikoina. Kaipuu ja halu vierailla paikassa olivat kuitenkin haastateltavan mielessä usein.

Haastattelijan perustietoihin kuuluu, että hänen on luotava luottamuksellinen suhde haastateltavaansa. Haastattelutilanteen onnistuminen voi olla kiinni siitä, miten hyvin vastaaja luottaa kysymysten esittäjään ja ymmärtää, mihin hänen vastauksiaan tarvitaan. Tilanteeseen voi lisätä jännitystä myös tietoisuus puheiden nauhoittamisesta. (ks. Ruusuvuori & Tiittula, 2005, s. 41–44.) Itse kerroin kaikille haastateltavilleni perustietoja tutkielmastani ja haastattelujen roolista työssäni. Painotin myös, kuinka haastateltavien anonymiteettiä kunnioitetaan eikä aineistoja käsittele itseni lisäksi alkuperäisessä muodossaan kukaan muu. Vaikka työtäni varten keräämien haastattelujen sisällöt eivät sinänsä ole arkaluontoista materiaalia, on silti tärkeää noudattaa hyvää tutkimusetiikkaa ja taata kaikille haastatteluihin osallistuneille tietty suoja. Haastatteluaiheen helppoudesta ja tuttuudesta johtuen haastateltavat vastailivat nopeasti ja antoivat pitkiäkin vastauksia. Huomasin haastateltavien kuitenkin ajoittain yksinkertaistavan vastauksiaan, koska he eivät ehkä pitäneet niitä kovin merkittävinä työni kannalta. Näissä tilanteissa pyrin haastattelijana esittämään lisäkysymyksiä ja kannustamaan matkailijoita kertomaan tarkemmin. Haastatteluiden tekeminen haastateltavien kotona toi haastatteluihin tiettyä rentoutta. Varsinkin haastattelutilanteen

edetessä haastateltavat vastailivat vapautuneesti ja ajoittain antoivat vastauksia kysymyksiini ennen kuin ehdin niitä esittää.

Analyysimenetelmästä riippuu, miten tarkkoja litterointimerkintöjä tulee tehdä. Tulosluvuissa käytän haastateltavista koodeja, jotka kertovat haastateltavan sukupuolen ja iän. Esimerkiksi M28 on 28-vuotias mies, N56 on 56-vuotias nainen ja H taas tarkoittaa haastattelijaa. Omassa työssäni en ole keskittynyt liiaksi tuomaan esille haastateltavien äänenpainoja, huokauksia tai taukoja, koska sisällönanalyysissä nämä eivät ole niin tärkeitä. Olen kuitenkin pitänyt mielessä, että haastatteluja ei tule muokata kirjakieliseksi tekstiksi, vaan puheenomaisuus saa näkyä. Litteroinnissa olen käyttänyt muutamia keinoja tuodakseni esille esimerkiksi haastateltavan painotuksia tai taukoja puheessa. Tulosluvuissa esiintyvissä lainauksissa lihavoidut sanat viittaavat puheen painotukseen, pisteet taukoon ja suluissa kirjoitettu naurahdus haastateltavan nauramiseen. Mikäli joidenkin virkkeiden välissä olevalla rivillä on kolme pistettä, tarkoittaa tämä, että virkkeiden välistä on poistettu joitain kohtia. Esimerkiksi halutessani tuoda esille, mihin kysymykseen haastateltava aineistonäytteessä vastaa, olen jättänyt joitain kysymyksen ja vastauksen välillä olleita analyysin kannalta epäoleellisia kohtia pois.

Matkakertomukset ja -kokemukset ovat paljon käytettyjä aineistoja tutkimuksissa. Monika Lüthje (2005) käyttää väitöskirjassaan aineistona matkailijoiden kertomuksia tutkiessaan, miten maaseutu rakentuu matkailijoiden puheessa. Hänen työnsä osoittaa, miten kertomukset ovat kulttuuris-yksilöllisiä ja rakentuvat suhteessa muun muassa kieleen ja siihen miten olemme oppineet asioista puhumaan (Lüthje, 2005, s. 19). Kertomus on yleinen keino antaa rakenne tapahtumille. Kertomukset muodostuvat kertojan puheessa kronologisesti muodostaen alun, keskikohdan ja lopun. Kertoja valitsee, mitkä osat sopivat mukaan kerrontaan, jotta kokonaisuus vastaa mielikuvia tapahtuneesta. Puhemaailma, kokemukset ja mielikuvat sekoittuvat toisiinsa muodostaen monimutkaisen kokonaisuuden. Ne pelaavat yhteen, jolloin esimerkiksi mielikuvat vaikuttavat kokemuksiin ja puhemaailma tapaan kertoa kokemuksista. Kaikessa on mukana jotain yksilöllistä ja samalla kulttuurista. (Berger & Luckmann, 1980, Lüthjen, 2005, s. 18 mukaan.) Näin ollen kertomukset eivät anna täydellistä kuvaa siitä, millaisia esimerkiksi paluuturismin kohteena olevat paikat ovat. Ne edustavat kuitenkin mielikuvia ja matkailijan kokemaa todellisuutta.

Kieli määrää, miten ja mitä kykenemme kertomaan, ja toisinaan tiettyjä tapahtumia ei edes pysty sanoiksi pukemaan. Samaa ilmiötä tai aihetta koskevat kokemukset saattavat muodostua eri kertojien puheissa erilaisiksi, mikä tekee kertomuksista muodostuvasta tutkimusaineistosta mielenkiintoisen. Lüthjen (2005) tavoin uskon kertomusten olevan kulttuuris-yksilöllisiä ja tarjoavan uskottavan pohjan analyysille. Kertomukset eivät tavoita täydellistä todellisuutta, mutta tarjoavat pohjan analyysille ja tutkijan tulkinnalle. Tuon analyysissa työhön mukaan myös oman ääneni ja uskon, että käsittelyssäni aineisto saa erilaisen kohtelun kuin jonkun toisen tutkijan kohdalla. (ks. Lüthje, 2005, s. 30–35, 91.)

## 4.2 Sisällönanalyysi analyysimenetelmänä

Matkailijoiden haastattelujen analyysissä käytän sisällönanalyysiä. Hahmotan analyysimenetelmän avulla haastatteluiden sisältöjä ja merkityksiä, mitä paluuturismi puheissa saa. Sisällönanalyysi on hyvin käytetty laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmä. Sen perustana on perehtyä aineistojen sisältöön ja tutkia, mitä aineistot sisältävät. Sisällönanalyysiä voidaan käyttötavoista riippuen nimittää myös väljäksi teoreettiseksi viitekehykseksi. Sisällönanalyysiä käyttämällä tutkija luokittelee, teemoittelee, hajottaa ja kokoaa aineistoa, kunnes siitä muodostuu looginen kokonaisuus. Tärkeää on myös muistaa, että pelkkä aineiston sisällön kuvaus ei ole analyysiä. Aineistonanalyysissä on oltava mukana tutkijan omia johtopäätöksiä ja näkyä näkökulma, josta aineistoa on käsitelty. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 93, 105–106, 109–110.)

Eskola (2001) on määritellyt kolme erilaista laadullisen tutkimuksen muotoa, jotka ovat aineistolähtöinen, teoriaohjaava sekä teorialähtöinen lähestymistapa. Aineistolähtöisessä lähestymistavassa tutkija keskittyy pääsääntöisesti aineistoonsa ilman teoriaa tai aiempien aiheeseen liittyvien tietojen apua, jolloin tavoitteena on usein uuden teorian luominen. Aineistolähtöinen lähestymistapa on kuitenkin haasteellinen, koska usein tutkijan objektiivisuus ja omien ennakkokäsitysten sulkeminen ovat vaikeita saavuttaa. Käytetty tapa onkin ollut kiinnittää huomiota tutkijan ennakkokäsitysten auki kirjoittamiseen. Teoriaohjaava viittaa lähestymistapaan, jossa tutkija yhdistelee luovasti niin aineiston kuin teorian sisältöä. Hänellä voi olla aineiston käsittelyyn ryhtyessään

aihetta käsittelevää teoriatietämystä mielessään, mutta lähestyminen toimii aluksi aineiston ehdoilla. Aineistosta poimittavat pääkohdat saattavat lopulta asettua teorianmukaiseen muotoon. Kolmannessa lähestymistavassa eli teorialähtöisessä on kyse teorian testaamisesta. Tutkija asettaa käyttämänsä teorian aineistoon ja poimii sieltä teorian tukemia havaintoja. Vaikka käytössä olisi vanha teoria, voivat tulokset tarjota uutta näkökulmaa ja sisältöä. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 95–102.)

Eskolan (2001) esittämät laadullisen tutkimuksen muodot sopivat sovellettavaksi myös sisällönanalyysiin. Valittu lähestymistapa vaikuttaa viitekehykseen, aineistonkeruuseen, sen analysoimiseen ja raportointiin. Kolmesta lähestymistavasta käytän omassa työssäni teoriaohjaavaa. Teoriaohjaava on lähestymistavoista väljin, sillä toisin kuin aineisto- tai teorialähtöisessä, se mahdollistaa aineistonanalyysivaiheessa käytettävän sekä teoriaa että aineistolähtöistä näkökulmaa. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 101.) Näkökulmani perustuvat aineiston ohella aihetta käsitteleviin aiempiin tutkimuksiin ja teoriaan, johon olen perehtynyt jo ennen aineistonkeruuta. Aiempi tietämys ja teoria ovat vaikuttaneet myös haastattelukysymysten laatimisessa, jolloin aineistolähtöinen analyysi ei olisi mahdollista. En kuitenkaan aineistoa käsitellessäni rajaa sisältöjä teorian mukaan tai jätä jotain pois analyysistä, mikäli se ei sovi teoriaan. Tämä vahvistaa aineistolähtöisyyden ja teorian yhteistyötä työssäni.

Tutkimuksen luotettavuuden parantamiseksi on hyvä käydä läpi aineistonanalyysiä ja miten sitä on käytännössä toteutettu (Rose, 2001, s. 59.) Työssäni olen aluksi perehtynyt haastatteluaineistooni lukemalla sitä useaan kertaan ja hahmottamalla eri haastattelujen kokonaissisällöt. Aluksi nimesin kunkin haastattelun matkakohteiden ja haastatteluun osallistuvien henkilöiden mukaan. Vaikka haastatteluita ei ollut kuin viisi, oli niiden käsittely alusta alkaen helpompaa, kun jokaisesta sai hyvän yleiskuvan ja nimen, millä haastattelut erotti toisistaan. Kun aineisto on muodostunut lukukertojen jälkeen tutuksi, ryhdyn etsimään päänäkökulmia, joita teoreettinen viitekehys tukee. Koska teoria on ollut mukana haastattelukysymysten tekemisessä, ovat haastattelut jo osaltaan muodostuneet tiettyjen teemojen mukaisesti. Haastattelut ovat luonnollisesti sisällöiltään erilaisia, eivätkä sinänsä valmiiden kaavojen mukaisia. Tietyt pääkysymykset helpottavat kuitenkin pääsemään pääteemojen jäljille ja opastavat työssäni etsiessäni saman teeman alle sopivia puheita. Teorian ohjaamana muodostuvat

lopulta aineistosta hahmotettavat pääteemat, jotka liittyvät *paikan*, *paluun* ja *pysyvyyden* käsitteisiin.

Pääteemojen alle muodostan alateemat, jotka perustuvat aineistosta hahmotettuihin sisältöihin. Teoria on läsnä pääteemojen myötä, mutta alateemojen kohdalla keskityn lähemmin aineistoon. Työtä tehdessäni merkitsen tulostetuille haastatteluaineiston sivuille eri teemoihin viittaavia merkintöjä, joiden avulla saan kokonaiskuvan siitä, mitkä teemat ovat vahvemmin esillä haastattelujen kokonaisuudessa. Alateemat löytyvät matkailijoiden puheiden perusteella tehtyjen miellekarttojen ja lauselistojen avulla. Selvitän, millaisia asioita matkailijat kertovat esimerkiksi paikkaan liittyen, mitä yhteistä matkailijoiden puheissa on ja miten puheet sopivat tiettyyn teemaan. Kiinnitän huomiota myös siihen, että jokaisessa haastattelussa ei puhuta samasta teemasta välttämättä samalla lailla. En jätä toisistaan eroavia puheita pois, sillä mielestäni ne tuovat teemoitteluun syvyyttä. Teemoja hahmottaessani pohdin myös, millaisia merkityksiä puheilla on paluuturismin näkökulmasta. Analyysin joka vaiheessa onkin tärkeää muistaa teemoittelun ja aineistolle esitettävien kysymysten lisäksi myös omat tutkimuskysymykset.

# 5. PAIKKA

Paluuturismin paikat rakentuvat matkailijoiden puheissa käsityksistä paikan ympäristöstä, palvelutarjonnasta sekä maantieteellisestä sijainnista. Paikan tunteminen sekä tuttuna pitäminen perustuvat ennen kaikkea aiempien käyntikertojen perusteella muodostuneisiin kokemuksiin paikoista. Matkailijat ovat paikassa läsnä myös ruumiillisesti, minkä kautta tunne paikasta rakentuu muun muassa vaellusreiteillä, tanssilattioilla tai mökin rauhassa. Lisäksi kokonaistunteeseen kuuluu näkemys matkailijan ”omasta” paikasta suhteessa muihin paikkoihin ja näiden välillä tehtävä vertailu paikkakuvien suhteen.

## 5.1 Paikan tunteminen paluun ansiosta

Paikat saavat matkailijoiden kesken erilaisia merkityksiä, ja samakin paikka voi näyttäytyä eri matkailijoiden silmissä eri tavoin (Massey, 1995). Puhuessaan paluuturismin kohteena olevasta paikasta matkailijat aloittavat usein kertomuksensa kuvailemalla kokemuksiensa pohjalta muodostuneita käsityksiä. Usein puheissa korostuu paikan keskiössä olevan ne osa-alueet, joissa itse kohteessa ollessa kuljetaan.

> H: Mmm, löydäks sie siitä ympäristöstä jotain mikä antaa merkitystä?
> M28: Luonto, se on, luonto, siellä on hyviä ne kävelyreitit, siellä on vähän ihmisiä siihen aikaan ja sielä on mukava kuljeskella ne, erityisen nätti ja hieno luonto.

> H: Niin, että minkä vuoksi just sinne menitte, niin?
> N56: No tuota se paikka on semmonen, että siellä on paljon niitä luonnonpuistoja ja suojeltuja alueita ja siellä ei oo sitä turismia niin paljon, että se on hyvä yks pointti. Sitten tuota siel on hyvät vaellusmaastot ja hyvin opastettu kaikki kierrokset, mitä sielä voi käyä.

Paikka muodostuu esimerkiksi ympäröivästä luonnosta, vaellusreiteistä ja tarjolla olevista palveluista. Lappilainen luonto nähdään yhtenä tärkeänä tekijänä, joka on kohteessa erityistä ja houkuttelevaa. Luontokokemukset merkitsevät usein paljon, ja erilaisen luonnon äärelle pääseminen tarjoaa elämyksiä. (Ks. Järviluoma, 2006.) Usein Lappi-kohteisiin matkatessa luonnon äärelle pyritäänkin pääsemään rauhallisuudesta ja

hiljaisuudesta nauttimaan (Ks. esim. Haanpää & Veijola, 2006). Monin tavoin nähty luonto luo tärkeän ympäristön paikkakokemuksille. Luonnon katsotaan kuuluvaksi vierailun kohteena olevaan paikkaan, vaikka todellisuudessa ihailtu luontomaisema saattaa ulottua maantieteellisesti myös jonkin toisen paikkakunnan puolelle. Matkailijoille luonnon kokeminen tietyssä paikassa merkitsee sen kuuluvan paikkaan, mikä liittyy myös osaksi paikkatuntemusta ja mielikuvia. Tässä korostuu paikkakäsitysten muodostuminen ennen kaikkea kokemusten kuin esimerkiksi selkeiden maantieteellisten rajojen kautta (Massey, 1995).

Haastattelemieni matkailijoiden paikoissa luonnon ei tarvitse olla täysin koskematonta, vaan matkailijat nauttivat mielellään opastetuista kävely- ja vaellusreiteistä. Matkailijoita varten tehdyt reitit ja laavupaikat vievät matkailijaa luonnon keskelle, minkä ääreltä matkailijalle tarjoutuu mahdollisuus aistia erityistä luontoa.

> N56: Niin no se, mikä viehätti kauheesti ku sielä on niitä kaikkia, niinkö kuukkelit ja tämmöset metsäneläimet, että neki tullee niinkö lähele ihmistä. Että näkkee semmosta mitä ei muuala sitte näekään. Että niile laavupaikoilleki tulivat siihen ihan käestä syömään, ja semmosia elämyksiä mitä ei varmaan täälä kotipaikkakunnalla, ku menet tuone luontoon, niin en oo silleen tässä ihan kokenu. Että sielä niin erilaista.

Paluuturismin kohteena olevassa paikassa luonto on erityistä ja matkailijat uskovat sen olevan myös kotipaikan luonnosta poikkeavaa. Matkailijat ovat oppineet tuntemaan paluuturismin kautta matkapaikkansa luonnon tietynlaisena, mikä osaltaan houkuttelee matkailijoita paikkaan uudelleen. Sen lisäksi, että luontokokemukset poikkeavat kotipaikan vastaavista, uskovat matkailijat sen poikkeavan myös muista paikoista. Luonto mielletään erityiseksi elämyspaikaksi, jossa metsäneläimetkin tulevat ihmisen lähelle. Se, että esimerkiksi kuukkelit saattavat lähestyä ihmistä ruuan ja kesyyntyneisyytensä johdosta, ei ole tärkeää. Matkailija saattaa istua häntä varten rakennetulla laavulla, johon valmis kyltein varusteltu vaellusreitti on hänet johdattanut ja silti kokea olevansa lähellä luontoa. Metsä ja etenkin eläimet edustavat aitoa luontoa, mikä luo pohjan erityisyyden kokemiselle.

Paikan tuntemiseen paluun ansiosta liittyy myös käsitys paikan yleisluonteesta palvelujen ja turismin suhteen. Matkailijat näkevät kohteen joko rauhallisena, mikäli

siellä *ei oo sitä turismia niin paljon* (N56) tai vastakohtaisesti jonkin toisen kohteen *valtavirtaturistipaikkana* (M28) vilkkaiden sesonkiensa vuoksi. Monet matkakohteet Suomen Lapissa elävät niin hiljaisia aikoja kuin vauhdikkaita sesonkeja (Lapin matkailutilastollinen vuosikirja, 2011). Myös haastattelemani matkailijat ovat hyvin tietoisia omien matkakohteidensa elämästä.

> H: No tuota, noista palveluista puhuitte, niin oisko, ootteks te yleensä, ku te käytte niin se on vähän niinkö sesonkiaikaa?
> M62: Kyllä se yleensä on että ei sillon lähe jos ei ole sesonkia. Sillonhan se aikasemmin painottu aikalaila sinne kevään puolelle, mutta että sitten tuota sesonkihan tavallaan laajentunu, että se on syksyläki muutaki ku sitä pikkujouluaikaa, mikä sillon oli sitä sesonkia. Mutta on sielä niitä hiihtäjiä aika paljon. Tai tosi paljon. No nyttenki oli viime syksynä tuola, niin sielä oli että herrajesta.

> H: No te ette oo sitte kuiten kiinnostunu, käytteks te näinä sesonkiaikoina tai just niinku tapahtumissa?
> N44: On me käyty sielä niinä aikoina joo, joo.
> H: Niin se ei suorastaan, haittaako se jos sinne kehittyy siihen vilkkaampaan suuntaan…?
> N44: Ei, mutta se on jännä ku me ollaan monesti käyty sillai alkukesästä, siel ei oo kettään, sielä ei oo mittään, sielä ei oo ees sääskiä vielä siihen aikaan. Niin sielä ei oo ihmisiäkään.

Sesonki ja hiljainen kausi asettuvat puheissa toistensa vastakohdiksi. Sesonkiajat ovat toisissa paikoissa laajentuneet, mikä on lisännyt kokonaisuudessaan myös paikalle tulevien turistien määrää. Paikassa useiden vuosien ajan vieraillut näkee sesongeissa tapahtuneen kehitystä ja näkee sen laajentuneen aiemmasta. Toisissa paikoissa taas eletään, kuten monissa Lappi-kohteissa useinkin, kesällä hiljaisempaa aikaa (Lapin matkailutilastollinen vuosikirja, 2011). Paikka näyttäytyy haastateltavan silmissä hiljaisena ja suorastaan tyhjänä kohteena, kun paikalla ei ole edes sääskiä. Myöskään palveluita ei ole saatavilla yhtä lailla ajankohdasta riippuen.

> H: Miten kuvailisitte muuten palveluja ja ja minkälaista siellä on palvelutarjonta?
> M56: No eihän siinä on ku se kauppa ja sitte yks kuppila. Siinäpä ne palvelut periaatteessa onki.
> N56: Ja siitäki, ku me ollaan käyty hiljaseen aikaan, niin sielä ei välttämättä oo sitten oikeestaan mittään ohjelmapalvelua hirveesti ollu. Oon kerran ollu työporukan kans, että

> oli semmonen sesonkiaika, niin sittenhän sielä oli hirviän paljon kaikkia palveluja, oli auki kaikki nämä.

Palveluntarjoajat eivät saavu paikalle, mikäli ihmisiäkään ei ole. Palvelupaikat pitävät ovensa kiinni jättäen matkailijat ulkopuolelle. Tieto ravintoloiden ynnä muiden palvelupaikkojen olemassaolosta jättää matkailijalle tunteen, että joskus paikassa voi olla myös enemmän elämää. Matkailijalla saattaa myös olla kokemuksia paikasta sesonkiajoilta, jolloin hänellä on ymmärrys, että palveluiden vähyys riippuu hänen omasta valinnastaan tulla paikalle sesongin ulkopuolella. Paikat näyttäytyvät eri tavoin eri aikana, ja usein matkailijoilla on halu tulla paikalle vain silloin, kun tietää menon paikassa olevan itselleen sopivaa (Ks. Cuthill, 2004).

Turistien toiminnassa on kyse paikan kuluttamisesta. Menestyäkseen paikkojen tulee tarjota matkailijoille asioita, jotka vastaavat heidän tarpeisiinsa ja korvaavat vaivan, jota matkailijat ovat mahdollisesti nähneet paikkaan saapuakseen. (Urry, 1995.) Majoituspaikka on yksi haastattelemieni matkailijoiden mainitsema tekijä, johon kiinnitetään huomiota paikassa ollessa.

> H: Niin siin ei majoituskaan aina välttämättä ole nimenomaan yhessä paikkaa.
> N52: Mutta me tykätään kyllä eniten olla semmonen että mökki. Ja sitten toi mökkihomma on sillä lailla kiva, millon käy hiihtämässä ja lenkillä tai vaeltamassa jossaki tunturissa, niin on kiva laittaa sauna ja siitä sitten lähteä tanssimaan ja ulos syömään.
>
> H: No mitäs te sit yleensä teette sielä?
> N44: No nautitaan siitä mökistä, ku se on niin ihanan iso hirsimökki.

Erityisesti majoitus mökissä tarjoaa matkailijalle tietynlaisen rajatumman oman tilan, niin sanotun oman paikan paikassa, jollaista ei löydy esimerkiksi hotellihuoneesta (Ks. Haanpää & Veijola, 2006). Mökkiin voi levittää omat tavaransa sekä vastata saunan lämmittämisestä ja ruuanlaitosta itse. Mökkiin voi astua ulkoilun jälkeen omasta sisäänkäynnistä kulkematta esimerkiksi hotellin vastaanoton läpi. Mökki on kuin toinen koti tutussa paikassa, jossa toimitetaan tuttuja askareita, mutta eri tavalla. Ruuanlaitto lomalla voi olla arjen sijasta juhlaa, kun kaikilla ympärillä olevilla on vapaata ja askareeseen voidaan myös osallistua yhdessä. Majapaikkana toimiva mökki voi myös

olla konkreettisesti ihana ja viihtyisä, mikä muodostaa ratkaisevan osan loman onnistumisesta.

Majapaikan viihtyisyyden lisäksi myös majapaikan samana pysyminen tai vaihtuminen on paluuturismin paikkaan matkattaessa tärkeää.

> H: Miten majoitut siellä?
> N48: Olen majoittunut useimmiten mökkiin, vieläpä juuri tiettyyn mökkiin sijaintinsa ja tradition suhteen. Jostain syystä olen onnistunut aina saamaan tämän tietyn mökin itselleni.

> H: Joo, siellä sitte voi vähän liikkuakki matkakohteitten välilä.
> N52: No mie mietin justiin tuossa ku mie miehelleki sanoin, että tuota monessakohan paikkaa me ollaan oltu. Niin, me ollaan oltu kahestaan tai sitten oli lapsi mukana tai sitten oli lapsiperheitä mukana tai jottain tällä lailla niin, niin me ollaan oltu sielä, saa sanoa että siinä hotelli, hostelli tai mikä se on huoneistohotelli ja sitten ollaan siinä toisessa hotellissa oltu usiamman kerran, niissä rivitaloasunnoissa, sitten ollaan oltu minun työpaikan mökkihommissa ja sitten kavereitten mökeissä ja se uus hotelli tullu testattua.

Toisille saman majapaikan valitseminen ilmenee puheissa enemmänkin sattumana kuin tietoisena valintana, toisille saman mökkikohteen valitseminen on osa matkan kokonaisuutta. Saman majapaikan valitseminen luo pohjaa paikan tuntemiselle, ja tieto majapaikan eräänlaisesta olemassaolosta matkailijaa varten voi myös rakentaa suhdetta paluuturismin paikkaan. Saman mökin valitseminen tiedostaen tai sattumalta muodostaa tuntemusta paikan tietystä osa-alueesta, kuten mökin ympärillä olevista asioista. Mökin lähettyviltä saattaa olla lyhyt matka kävelyreitille, hiihtoladulle tai vaikkapa kauppaan. Majapaikan sijainti muodostaa käsityksiä siitä, mikä paikassa tulee kaikkein lähelle matkailijaa. Mikäli lähellä on muita mökkejä tai vastaavasti metsää, on tällä vaikutusta paikan rauhallisuudesta muodostuviin käsityksiin. Matkailijat, jotka ovat vuosien varrella majoittuneet niin yksittäisiin mökkeihin, rivitaloihin tai hotellihuoneisiin ovat taas saaneet kenties erilaisen kokonaiskuvan paikasta. Erilaisia majoituspaikkoja on valittu milloin matkaseurasta riippuen, milloin mielenkiinnosta testausmielessä. Majoituspalvelut voidaan nähdä osana paikan palvelutarjontaa ja toimintaa turisminkentällä (Urry, 1995). Paluuturismin kohdalla on oletettavaa, että paikan monipuolisuus lisää paikan mielenkiintoisuutta ja tarjoaa matkailijalle mahdollisuuden kokea paikka eri käyntikerroilla myös majoituksen kautta eri tavoin.

Paikan tuttuus muodostuu monin tavoin ja usein on vaikeaa määritellä, milloin ja miten jokin paikka on muuttunut vieraasta tutuksi (Baloglu, 2001; Prentice, 2004). Paluuturismissa tuttuuden voi olettaa muodostuvan ennen kaikkea käyntikertojen myötä. Haastattelemani matkailijat rakentavat puheissaan kuvaa tutusta paikasta, mutta eivät määrittele tarkasti, miten paikan tuttuus on muodostunut. Kenties haastattelun aihe antaa ymmärtää, että paikan tuttuus on itsestään selvästi puheissa läsnä, eikä sen syntyä ole oleellista ryhtyä yksityiskohtaisesti määrittelemään. Haastatteluihin ryhdyttäessä olemme ajassa, jossa matkailijat ovat tutustuneet paluuturismin kohteina oleviin paikkoihin useamman vuoden ajan. Kenties he eivät edes muista aikaa, kun paikka ei ollut heille tuttu. Puheita paikan tuttuuden merkityksistä ei esiinny sellaisenaan, vaan paikan tuttuus rakentuu puheissa kokonaisuutena. Tuttuuden merkityksistä matkalle lähtemisen taustalla ei puhuta myöskään kuin yksittäisissä lauseissa, kuten haastateltavan sanoessa: *Niin, ja paikka on semmonen tosiaan, että tietää että mihin mennee, tietää kaikki palvelut suurin piirtein siinä ympärilä ja tietää että se on turvallinen paikka ja rauhallinen paikka.* (N56)

Paikan tuttuus on kokonaisvaltainen käsite, joka muodostuu eri tekijöiden kautta (Baloglu, 2001; Prentice, 2004). Tuttuus voi lisätä matkailijan itsevarmuutta paikkaan matkustamisen suhteen, kun matkailija tietää mitä perillä odottaa (Sharpley, 2004). Paluuturismin paikoissa matkailija odottaa näkevänsä tietyt maisemat, reitit tai majoituspaikan. Paikan tunteminen kokemuksesta on tällöin tietämystä paikan tarjonnasta ja niiden merkityksistä matkailijalle. Tuttuuden myötä muodostuvat myös erilaiset traditiot, kuten käynnit tietyissä matkamuistomyymälöissä tai nähtävyyksillä: *Sit me käyään joka kerta, siin on tullu se rinneravintola sinne rinteen pääle, semmonen pyöreä ja nyt sielä on ne näköalahissit, niin me käyään sielä, aina. Et se on semmonen yks niinkö ohjelmanumero lasten kans.* (N44) Palatessaan paikkaan matkailija käy ikään kuin tarkistamassa, ovatko tutut kohteet vielä paikallaan. Tuttujen asioiden lisäksi paikassa voi kokea aina myös jotain uutta. Kuten edellä mainitsin esimerkiksi majapaikkojen vaihtelu voi vaikuttaa paikan kokemiseen kullakin käyntikerralla, mutta paikan voi kokea uudella tavalla myös muuten.

> H: No, no tuota niin, sitte jos puhutaan näistä merkityksistä. Et mitä tuota se paikka itsessään merkittee ja sitte mitä ne lomat sielä?

> N44: No nehän on aivan ihania, mie otan mieluummin tän loman ko ulkomailla johonki aurinkomatkoille, koska me tosiaan niinkö nautitaan, se riittää vaan että me ollaan sielä tunturisa, niin se on niin kiva ja ihana. Tavallaan sielä on aina uusia paikkoja, viimeks käytiin tuola suunnassa käveleen, nyt lähetäänki tuonne suuntaan käveleen, niin sielä on aina uusia tämmösiä ulottuvuuksia, paikkoja et se ei oo vaikka me ollaan samasa mökisä aina niin se ei oo niinku semmosta aina, et sitte jos käy vähän eri vuodenaikoina niin se on ihan eri.

Paikka tarjoaa uusia ulottuvuuksia ja kokemuksia, vaikka kokonaisuudessaan se on sama tuttu paikka kuin ennenkin. Yksittäiset tekijät, kuten kävelysuunnan vaihto, voivat tarjota uuden näkökulman. Lappi-kohteissa painotetaan usein neljän vuodenajan merkitystä ja luonnon, samalla kun paikan kokonaisilmeen, vaihtelevuutta niiden mukaisesti (Ks. esim. Järviluoma, 2006). Tuntemus paikan vaihtelevuudesta eri aikoina mahdollistaa matkailijalle tilaisuuden kokea paikka eri aikana eri tavoin (Ks. Cuthill, 2004). Paluuturismi ei tarkoita, että matkailija matkustaa toistuvasti samojen asioiden äärelle, vaan hänellä on myös mahdollisuus nähdä uutta. Paikan tunteminen aiempien käyntikertojen perusteella myös mahdollistaa paremman tilaisuuden erottaa, mikä on uutta ja mikä on ollut paikassa ennenkin.

## 5.2 Ruumiillinen matkailija paikassa

Matkailututkimuksessa on katseen kautta toimimisen lisäksi kiinnitetty huomioita turistin *ruumiillisuuteen* ja moniaistiseen toimintaan. Matkailijat voidaan nähdä passiivisen katselijan sijasta aktiivisina toimijoina, jotka osallistuvat turismin näyttämölle koko ruumiillaan. (Veijola & Jokinen, 1994; Urry & Larsen, 2011, s. 190–194.) Myös paluuturismin kohdalla matkailijat osallistuvat paikan kokemiseen ruumiillisesti. Monille paikka tarjoaa mahdollisuuden ulkoiluun, vaeltamiseen tai hiihtämiseen, mitä ei vastaavasti ole tarjolla muualla. Paikan ainutlaatuisuus esimerkiksi tiettyjen aktiviteettien mahdollistamisen suhteen saattaa usein olla myös yksi vaikuttava tekijä paikkasuhteen muodostumiselle (Schuster ym., 2011).

> H: No, sit näitä on jo varmaan tulluki, mut mimmoset tekijät houkuttelee nimenomaan tähän paikkaan?

> N56: No yks on tietenki se, että tuota minun mielestä siel on niitä kansallispuistoja ja sitten se luonto on niin vaihteleva siel, niinkö nää kurut ja vaellusreitit, ne on kauheen vaihtelevia. Se on se maasto ja sitten se rauhallisuus.
> M56: Samaa mieltä.

Puheissa rakennettu ympäristö ja koskematon luonto nähdään toimivan yhdessä. Ympäristön ainutlaatuisuus liitetään matkan kohteena olevaan paikkaan ja matkailijat kokevat, että vastaavaa ei ole muualla. Matkailijoita varten valmistettujen ja merkittyjen vaellusreittien sekä hiihtolatujen lisäksi matkailijat painottavat koskemattoman luonnon merkitystä paikkakokemusten synnyssä. He korostavat aidon luontoympäristön mahdollistavan tilan liikkumiselle ja paikan moniaistiselle kokemiselle, vaikka tiedostavat valmiiden sekä helppokulkuisten reittien tärkeyden kokemusten synnyssä. Reitit johtavat matkailijat luontoon, mutta heistä itsestä on kiinni miten ympäristön kokee. Maasto ja rauhallisuus menevät yhteen, minkä keskellä matkailija nauttii, kuuntelee hiljaisuutta ja rauhoittuu itsekin koko kehollaan.

Katsomisen lisäksi matkailijoille on tärkeää päästä konkreettisesti lähelle luontomaisemaa tai suorastaan kiipeämään sen *syliin* (N48). Yksi haastattelemistani matkailijoista korostaa kokemuksissaan erityisesti paikalla olevan tunturin merkitystä matkoilla:

> N48: Joka kerta minun on pakko kiivetä tunturille. Se on aina koko päivän reissu ja kohokohta ja odotan sitä **palavasti**. Suututtaa, hermostuttaa, ellen pääse samana tai vähintään seuraavana päivänä kiipeämisreissulle. Onneksi joka kerta on ollut niin hyvä ilma, että kiipeäminen on onnistunut juuri silloin kun haluaa, on suunniteltu.

Matkailijan puheissa tunturi *elää ja hengittää* ja mikäli matkailija ei pääse tunturin huomaan toivomassaan ajassa, aiheuttaa se turhautumista ja kiukkua. Hänelle on tärkeää kokea ruumiillisesti tunturin huipulle kiipeäminen ja sitä seuraavaa hyvänolon tunne. Kokemus on ilmeisen vahva ja siinä ovat läsnä fyysisen matkailijan lisäksi tunturin fyysisyys. Haastateltava antaa puheissaan tunturille persoonan ja näkee tämän olevan läsnä paikkakokemuksessa (Ks. Keskitalo-Foley, 2006, s. 131). Se ottaa matkailijan vastaan, syliinsä. Matkailijalle kokemuksen saavuttaminen on erittäin tärkeää, mutta hän tiedostaa myös ympäristön mahdollisesti asettamat haasteet. Ruumiillisesti kokeva matkailija ei voi uhmata esimerkiksi säätä, mikäli se ei ole kiipeämiseen sopiva.

Matkailijan suunnitelmat ovat aina onnistuneet hänen haluamansa mukaan, mutta tieto sääolosuhteiden vaihtelevuudesta on pidettävä mielessä. Joskus voi käydä suunnitelmien vastaisesti, jolloin matkailija joutuu kokonaisvaltaisen kokemuksen sijasta jäämään etäälle katselijan kaipaavaan rooliin.

Matkailututkimuksen performatiivisen käänteen mukaisesti performatiivisuus tarvitsee toteutuakseen materiaalista taustaa, sillä ilman sitä turismi olisi elotonta. Turistit asettuvat näyttämöllä turistin *rooliin*, joka perustuu kulttuurista opituille käsityksille oikeista tavoista olla. (Urry & Larsen, 2011, s. 190–194.) Paluuturismin paikoissa esimerkiksi ravintolat ja tanssipaikat toimivat näyttämöinä turistin roolille (Ks. Jokinen & Veijola, 1990; s. 66–74). Syöminen hyväksi koetussa ravintolassa tai illanvietto tanssiravintolassa saavat yhdessä matkailevan pariskunnan puheissa tärkeitä merkityksiä.

> N52: Mutta me ollaan kumpiki semmosia, että me tykätään niin, että ku sinne mennään sielä pittää olla sitte, jos ollaan hiihtoaikaan sielä niin oli se sitte kevät tai, on kiva käyä tanssimassa ja tai sitten on kiva käyä syömässä eri paikoissa.

Haastateltava puhuu puolisonsa puolesta, jonka kanssa yhteisiä matkoja on vuosia tehty, että he pitävät samoja asioita matkoilla tärkeänä. Muun muassa ulkona syöminen ja tanssipaikoissa käyminen saavat puheissa merkittävät roolit. Kenties toiminta vahvistaakin lomaan kuuluvaa rentoutta, kun ei tarvitse vastata itse esimerkiksi ruuanlaitosta. Samalla se antaa painoa myös erityiselle turistin roolille, johon kuuluu arjesta poikkeava huolettomuus, jossa ulkona syöminen on yksi matkan erityinen ohjelmanumero. Koska matkapaikat ovat tuttuja, matkailijat myös tietävät millainen ravintolatarjonta paikassa on.

Tietyntyyppisellä matkalla on usein mukana tietynlaiset turistien tyypit ja samassakin paikassa voidaan nähdä turistien kesken erilaisia rooleja (Jokinen & Veijola, 1990, s. 66–74; Urry & Larsen, 2011, s. 190–194). Paluuturismin kohdalla tärkeän painon rooliin asettumiselle antaa paikan tuttuus, minkä johdosta matkailijat palaavat matkoillaan tiettyyn rooliin. He tietävät mitä paikassa on tarjolla ja suunnittelevat etukäteen, millaisia aktiviteetteja siellä suorittavat. Rooliin paluu muodostuu puheissa kertomuksina, kuten edellä, aikomuksesta tanssia ja syödä tietyssä paikassa tai käydä

vaeltamassa tietyillä reiteillä. Rooliin valmistuminen voi näkyä myös matkatavaroiden pakkaamisessa, kun mukaan otetaan sitä, minkä tiedetään olevan tarpeellista. Rooliin asettuminen ja kokeminen ovat kokonaisvaltaisesti ruumiillisia, mille tuttu paikka ja sinne paluu antavat raaminsa.

Paikat merkitsevät matkailijoille mahdollisuutta levätä ja rauhoittua esimerkiksi luonnossa tai mökissä. Matkustaminen, kuten yleensä, myös paluuturismin kohdalla merkitsee mahdollisuutta lepoon ja akkujen lataamiseen arjen töitä varten. Kun matkailijoilta kysyy, mitä lomat paluuturismin paikassa merkitsevät, he painottavat juuri vapaalla olon tärkeyttä vastakohtana arjen kiireellisyydelle ja työelämälle. Jälleen myös paikan tuttuus ja tieto siitä, että tietää mitä perillä odottaa korostuvat. Matkailijoilta kun ei tällöin myöskään aikaa ja vaivaa paikkaan tutustumiseen ja esimerkiksi palvelujen selvittämiseen. Yhdessä matkaavasta pariskunnasta molemmat mainitsevat lomaan kuuluvan rauhoittumisen ja rentoutumisen tärkeyden.

> H: Mites tää paikka merkitsee, tai mitä lomat siellä kohteessa merkkaa teille?
> M56: Rauhottumista.
> N56: Rauhottumista ja sitä oikeen oottaa siellä pystyy sitte tuota… palautumaan jos on kiireellinen työ ja sitten hyvin saa sielä koottua taas voimaa että jaksaa (naurua).

Merkityksiä ei ole aina yksiselitteisen helppoa pukea sanoiksi, ja se vaatii hieman tarkempaa mietintää. Haastateltava toteaa pohdinnan jälkeen naurahtaen, että paikassa palautumisen lisäksi saa kerättyä voimia, että taas jaksaa. Kenties haastateltavaa huvittaa, että täytyy lähteä pois kotoa, jotta saisi kerättyä voimia. Lomapaikka tarjoaa tilaisuuden kehon ja mielen rentoutumiselle irrallaan *pakkohommista* (M28).

Haastateltavat kuvailevat paikan kokemista ruumiillisen rentoutumisen kautta abstraktein esimerkein, kuten puhuessaan voimien keräämisestä luonnon rauhassa. Nukkumista ei mainitse kuin yksi:

> N44: Sielä on ihana ku sielä ei oo mitään melua tai tämmöstä, että aamula me nukutaan todella pitkään, sielä on hiljasta ja semmosta, se on ihan eri tunnelma, niinkö eri maailma.

Nukkuminen kuuluu tiiviisti yhteen matkailun kanssa. Nukkumisen mahdollisuus ja häiriöttömyys esimerkiksi hotellihuoneessa tai lentokoneessa yhdistyvät myös

näkemykseen matkailijan ruumiillisuudesta. Uni tai sen hyvä laatu eivät ole aina matkustettaessa itsestään selviä, mikäli matkaan liittyy pitkiä lentomatkoja tai hotellinaapuriksi sattuu häirikkö. Toisaalta matkalla voi tarjoutua myös mahdollisuus erityiseen lepäämiseen ja täten myös nukkumiseen. (Valtonen & Veijola, 2011.) Nukkuminen mökissä on usein huomattavasti erilainen verrattuna hotellimajoitukseen. Haastattelemani matkailija viittaa puheissaan mökin tarjoamaan rauhaan ja sitä ympäröivään hiljaisuuteen. Etenkin, kun majapaikkana toimii vuosittain sama mökki, voi sen tarjoama tunnelma olla erittäin tärkeä tekijä matkan kokonaisuudessa. Puheessa korostuu jälleen eronteko kodin ja lomamökin välillä. Lomapaikassa on rauhallista ja tunnelma on kuin eri maailmasta. Matkailija aistii ympäristöä koko kehollaan, kuuntelee hiljaisuutta ja nauttii pitkään nukkumisen tuomasta raukeudesta.

## 5.3 Oma paikka suhteessa muihin paikkoihin

Kokemukset tutussa paikassa saavat usein matkailijat vertailemaan kyseistä paikkaa muihin paikkoihin. Usein etenkin samantyyppiset matkakohteet kilpailevat keskenään, jolloin on kiinnostavaa selvittää, mikä saa valitsemaan tietyn paikan toisen sijasta. Omasta paikasta matkailija löytää jotain itselleen merkittävää ja kokemus paikkaan kiinnittymisestä houkuttelee myös palaamaan. (Ks. Rantala, 2009, s. 112–114.) Myös haastateltavien puheessa vertaus muihin samantyyppisiin paikkoihin ja tietämys lappilaisten matkakohteiden tilasta osaltaan auttavat selvittämään oman paluun kohteena olevan paikan merkityksiä.

> H: No jos kuvailisitta sitä kohdetta verraten vaikka johonki muihin, vaikka Lapin matkakohteisiin niin miten sitä kuvailisitte?
> M56: Rauhallinen.
> N56: Rauhallinen joo ja sitten tuota…. semmonen… mitenhän sen sanois… sielä saa niinkö yksinki vaeltaa jos haluaa, että sielä ei niitä turisteja juuri ole niin paljon ja ja… mitenhän mie nyt ossaisin sanoa… No Levihän on menny esim, jos nyt vaikka Leviin vertaa missä ollaan oltu niin, Levi on semmonen…
> M56: …hulinapaikka.
> N56: Niin.

Kiinnostuksenkohde omassa paluunpaikassa muodostuu pariskunnan puheissa vertauksessa Leviin. Oman paikan kuvailu suhteessa muihin lappilaisiin matkakohteisiin tuntuu aluksi vaikealta, mutta yhteyden löytyessä Leviin kuvailu helpottuu. Haastateltavat ovat aiemmin vierailleet Levillä, mutta se on muuttunut rauhattomammaksi, mistä johtuen he eivät enää halua vierailla siellä. Levi edustaa eräänlaista vastakohtaa nykyiselle paluupaikalle. Se on *hulinapaikka* siinä missä oma paikka on rauhallinen. Levillä on paljon turisteja, kun taas paluupaikassa saa vaeltaa omassa rauhassa. Omasta paikasta löytyy ominaisuuksia, joita joskus oli Levilläkin, mutta jotka ovat Leviltä ajan saatossa hävinneet. Näin ollen omaan paikkaan liittyvän nykyisen kiintymyksen taustalla voi olla kuitenkin huoli siitä, että tämä muuttuu Levin tapaisesti paikaksi, joka ei tarjoa matkailijoille tärkeitä asioita. Matkailijoiden suhde paikkaan lähtee matkailijoista itsestään ja mikäli paikka muuttuisi liiaksi, saattaisivat he siirtyä muualle (Ks. Sharpley, 2004).

Lappilaiset matkakohteet näyttäytyvät haastateltavien puheissa keskuksina ja eräänlaisina saarekkeina (Ks. Kauppila, 2004). Matkailijoiden omat kokemukset ovat keskeisiä käsitysten muodostumisessa, mutta myös yleinen tietämys ja Lappi-matkailun ympärillä käytävät keskustelut vaikuttavat epäilemättä haastateltavien kykyyn vertailla omaa paikkaa muihin. Lappilaiset paikat nähdään erityisinä, eikä vastaavia löydy muualta Suomesta.

> M62: Ei ole Suomessa semmosia kohteita sitte tuola muualla, mihin lähtis niinku, että ihan asiasta tekkee, että se ihan vaan pitää käyä. Ei semmosia matkakohteita ei ole, voi sanoa missä käytäs. Täälähän on joku, matkakohde nämä laskettelukeskukset ja nämä, mutta tuolako sielä mennään vain missä sattuu, että ei sielä…
> H: Ei oo samanlaista semmosta pistettä…
> M62: Ei oo, että lähettäis ihan matkaileen ja kattoon jotaki määrättyä juttua.

Matkailija kertoo, kuinka Lapin matkakohteet ovat hänen mielestään erityisiä, tietynlaisia pisteitä. Muualla Suomessa matkatessa voi kulkea *missä sattuu*, mutta Lapin keskuksiin tehtävät matkat ovat suunnitelmallisempia. Lapissa matkailijoilla on tiedossa paikka, johon he menevät, mitä paikalla on tarjottavana ja mitä matka kyseisessä paikassa merkitsee. Lähdettäessä muualle Suomeen matkailijoilla on usein kyllä tiedossa, missä he käyvät, mutta sieltä ei löydy samanlaista kiintopistettä. Esimerkiksi Etelä-Suomen matkoilla tärkeimmässä asemassa saattaa olla vierailu sukulaisten tai

tuttavien luona, mutta tällöin itse paikka jossa vieraillaan ei ole keskiössä. Kyseiset matkat nähdään eräänlaisina velvoitteina ja muualla Suomessa *pitää käyä*. Haastateltava matkailija saattaa puolisoineen vierailla vuosittain samoissakin paikoissa Lapin ulkopuolella, mutta heillä ei ole paikkoihin samanlaista suhdetta kuin omaan paluupaikkaan. Tuntemus Suomessa olevista muista matkakohteista muovaa suhdetta omiin Lapissa oleviin matkapaikkoihin. Sen ansiosta oma paikka voi tuntua tärkeämmältä ja erityisemmältä ja halu palatakin kasvaa, kun tietää, että muualla ei ole vastaavaa tarjolla.

Lappilaisten tai muualla Suomessa olevien paikkojen lisäksi haastateltavien puheissa omaa paikkaa verrataan myös ulkomaihin.

> H: Miksi sit uudestaan tykkäät käydä just siellä?
> M28: No se on just se, että sieltä saa mitä sieltä lähetään hakemaanki, omaa aikaa ja rauhaa vähän syrjästä täältä kaupungista. Se, se sieltä ei niinku kaipaa mitään vaihtelua vaan sieltä kaipaa sitä tiettyä kokemusta. Ei niinkään niinku ulkomaanmatkoilta pitää kokea jotain uutta

Tuttu paikka tarjoaa erilaisia merkityksiä kuin esimerkiksi ulkomaille tehtävät matkat, joilta haastateltavan sanoin haetaan *jotain uutta*. Omasta paikasta etsitään *tiettyä kokemusta* ja tunnetilaa, jotka ovat tärkeimpiä tekijöitä paluun taustalla. Haastateltavan puheissa oma paikka edustaa suhteessa ulkomaan paikkoihin tuttuutta, tärkeyttä ja muuttumattomuutta. Ulkomaille matkatessa kohteetkin kenties vaihtelevat, mikäli uuden kokeminen on keskiössä. Paluun kohteena olevalla paikalla on tärkeä asema haastateltavan matkakokemuksissa, mutta myös uudet paikat ja niiden mukanaan tuoma vaihtelu kiinnostavat. Haastateltava ei kuitenkaan hae vaihtelua muista lappilaisista paikoista, vaan pysyy mieluiten uskollisena omalle paikalleen. Vertaus muihin paikkoihin rakentaa käsitystä oman paikan erilaisuudesta ja paremmuudestakin. Matkailijan kokemukset ja niiden kautta muodostunut suhde omaan paikkaan on syvä, mutta antaa tilaa myös uusille kokemuksille muualla. Uskollisuus paluupaikalle ei suljekaan pois mahdollisuutta matkustaa myös uusiin paikkoihin. Uudet paikat luovat sen sijaan vertailupohjaa omalle paikalle ja auttavat osaltaan hahmottamaan, miksi jokin paikka on paluun arvoinen.

# 6. PALUU

Tutkielmani toisessa tulosluvussa selvitän paluun merkityksiä rituaalien, kodin ja matkan välillä tehtävän eronteon sekä matkailijan suhteiden näkökulmasta. Paluuturismin kohteena olevaan paikkaan palatessaan matkailijat olettavat löytävänsä paikasta itselle tuttuja elementtejä ja samoja tekijöitä kuin edellisilläkin matkakerroilla. Monet paikassa suoritettavat toiminnot liittyvät rituaaleihin, joiden merkitykset matkan kokonaisuuden kannalta ovat usein tärkeitä. Tietyt rituaalit nimetään puheissa itsestään selviksi matkaan kuuluviksi ohjelmanumeroiksi, kun taas toiset ovat piilotajuisempia. Matkailijoiden puheista on hahmotettavissa myös tekijöitä, jotka viittaavat kodintunnun löytämiseen matkoilta samoin kuin matkan sisältöjen siirtymiseen kodinpiiriin. Paluu tuttuun paikkaan tarjoaa myös mahdollisuuden suhteiden vaalimiseen, jotka arjessa saattavat jäädä vähemmälle huomiolle.

## 6.1 Rituaalien merkitykset matkailijan palatessa tuttuun

Palatessaan paikkaan, matkailija tekee valinnan uuden ja tutun välillä. Paluussa matkailija voi olettaa löytävänsä paikasta konkreettisesti samoja merkkejä kuin ennenkin, mutta myös paluu tunnetiloihin kiehtoo. Muistot aiemmista hyvistä hetkistä ja yhteisistä kokemuksista matkakumppaneiden kanssa ovat vain eräitä tekijöitä, jotka houkuttelevat paluuseen. (Ks. Lee, 2001.) Tuttu paikka tarjoaa pohjan myös erilaisten *rituaalien* ääreen paalaamiselle. Usein jo matka itsessään on vuoden kulkuun kuuluva tärkeä rituaali tai traditio. Haastattelemani matkailijat kertovat käyvänsä paluuturismin paikassaan vähintään kerran ja jotkut jopa kaksi tai kolmekin kertaa vuodessa. Matkapaikat ovat sopivalla etäisyydellä, niihin johtavat tutut reitit ja usein myös suhteet majoituspalveluihin auttavat majapaikan saamisessa hyvältä paikalta. Myös tuntemus sesonkiajoista saattaa määrätä, milloin paikalle on sopivinta mennä, jotta mahdollisuus rituaalien suorittamiseen on olemassa. Tilaisuus tuttujen rituaalien kokemiseen voi vahvistaa matkailijoiden kokemusta paikan säilymisestä samankaltaisena käyntikertojen välillä (Tuan, 2006).

Paluuseen liittyviä rituaaleja voi löytyä jo matkanteon alkuvaiheilta. Yhdellä haastateltavista mielikuvat paikasta kiinnittyvät matkanteon kokonaisuuteen ja siihen liittyvään tunnelmointiin.

> H: Jos kuvailisit sitte sitä kohdetta, mimmosia mielikuvia sulla tulee siitä paikasta?
> N44: No se on ku, aina ku me ajetaan sinne ja tullaan sinne näin ja se on niin ihana, ku kääntyy siitä isolta tieltä siihen pikkutielle ja se on vielä 14 kilsaa siihen tunturiin. Ja ku ajjaa näin ja tietysä kohtaa, se on se tunturi, ku ajjaa mäen pääle niin se tunturi näkkyy, niin se on aina jes, me ollaan taas **täällä**. Niin se on aina semmonen ihana. Ja jos on semmonen ihana, et me aamula lähetään, semmonen ihana aurinko tai joku tämmönen niinku näin. Et se on ihana. Ja sit mie kuuntelen siinä ympärilä ku ajetaan niin Saamen radioita, mitä kaikki muut inhoaa. (naurua)

Paikkaan matkataan tuttua reittiä, joka kulkee tiettyjen teiden ja tienvarsimaisemien läpi. Matkantekoon tuo täyttymystä lisää, mikäli vielä sääkin on suotuisa ja muistuttaa edellisten matkalle lähtöjen sääolosuhteita. Matkailija tiedostaa kyllä, että ei voi vaikuttaa säähän. Toiveikkuus samankaltaisista lähtökohdista kerta kerran jälkeen auttaa kuitenkin ikään kuin valmistautumaan jo matkan alussa ottamaan vastaan merkitykset, joita paluu rituaaleineen tarkoittaa. Reitti paluupaikkaan kuljetaan aina autolla samojen välietappien kautta, ja tietoisuus reitin jatkuvasta samankaltaisuudesta vahvistuu myös matkojen toistuvuuden ansiosta. Matkailijan puheissa reitti on hyvin tuttu, minkä ansiosta hän on valmis reagoimaan tietyissä matkanteon vaiheissa milloin odotuksella, milloin innokkuudella. Ihastuneisuuden tunne on suuri, kun tuttu reitti etenee lähemmäs päämäärää ja lopulta vastaa tutuilla maisemilla matkailijan kaipuuseen. Vasta reitin tullessa täydellisen oikeaan kohtaan voi matkailija todeta onnellisena olevansa matkaseurueineen *taas täällä*. *Täällä* ei ole mikä tahansa paikka, vaan kokonaisuudessaan aina tuttu, tärkeä ja merkityksellinen. Haastateltava matkailija tuo puheissaan myös muut matkaseurueen jäsenet osaksi iloa, jota päämäärään saapuminen tuo mukanaan. Matkan aikana kuunneltu radiokanava on tosin vain hänen omaa tunnelmointiaan varten. Se on rituaali, joka auttaa matkailijaa pääsemään tunnelmaan, eikä siitä luovuta, vaikka kaikkia muita se inhottaisikin. Radiokanavan herättämä inho tuskin lienee niin vakavaa, sillä siitä puhuminen saa haastateltavan naurahtamaan. Voikin olla, että kanava kuuluu yhtä lailla myös muiden matkalle osallistuvien rituaaleihin, vaikka se alun perin on ollut haastateltavan itsensä kehittämä.

Suuri osa paluuseen liittyvistä rituaaleista toteutuu matkapaikassa itsessään. Tuttuus ja omaan tietämykseen luottaminen ohjaavat matkailijaa paikassa, ja monet rituaalit toteutuvat kuin itsestään.

> H: No entäs sit palveluista, käytättekö mitään paikallisia palveluja?
> N44: Noo, tietenki siinä kaupassa käyään, se on niin lähelä se mökki, että me päässään kävellen mettän kautta kauppaan ja tuota, siinä me käyään siinä kaupalla. Ja sit me käyään joka kerta, siin on tullu se rinneravintola sinne rinteen pääle, semmonen pyöreä ja nyt sielä on ne näköalahissit, niin me käyään sielä, aina. Et se on semmonen yks niinkö ohjelmanumero lasten kans. Ja sit monesti että käveleskellään siinä rinteessä ja näin ja tuota niin, mitä siinä on se yks kahvila, matkamuisto. Me käyään aina niissä kaikissa, että tietenki ostetaan aina niistä kaikista ja tällain. Ja sit siellä hotellilla käyään kattelleen ja sielä ollaan joskus käyty syömässäki sielä hotellilla joo.

Tuttuus tulee matkalla vastaan monin tavoin. Matkaan kuuluvia rituaaleja voivat olla vierailu tutussa palvelupaikassa ja eräänlaiset tarkistukset, ovatko paikat vielä tallella. Matkailijan puheissa rakentuu kuva, jossa hän käy kiertämässä monet tutut paikasta löytyvät pisteet. Toiminta on ehdotonta ja suunniteltua ja samalla tärkeä osa matkan kokonaisuutta. Yhden vierailukerran aikana on ehdittävä käydä kaikissa myymälöissä ja ravintoloissa, missä aina ennenkin. Vierailut tutuissa paikoissa ovat kuitenkin matkaan kuuluvia ohjelmanumeroita, ennemmin kuin pakollisia suorituksia. Ohjelmanumerot ovat mukavia rituaaleja, jotka auttavat vaalimaan suhdetta paikkaan ja tukevat paluuta. Osa toiminnoista myös tapahtuu kuin itsestään, sillä toimipaikat ovat ilmeisen lähellä toisiaan tai lähellä majapaikkaa. Kauppaan johtaa oma reitti metsän läpi, mikä tekee kulkemisesta vaivatonta. Muissa pisteissä poikkeaa esimerkiksi kävelyretken ohella. Matkailija on päättäväinen puhuessaan vierailuista eri myymälöissä ja kertoessaan myös ostavansa jokaisesta jotain joka kerta. Tuntemus tarjonnasta ja sille tuen antaminen ovat tärkeitä matkailijalle. Se voi olla myös yksi näkyvimpiä keinoja osoittaa, että matkailija haluaa tukea erilaisia palveluntarjoajia ja varmistaa myyntipisteiden olemassaolon seuraavallakin paluukerralla. Tukeminen on itsestään selvää ja tietysti matkailijan on ostettava jokaisesta liikkeestä, jossa hän vierailee jotain. Pisteet paikan sisällä ovat palvelemassa matkailijaa, mutta myös matkailija haluaa näkyvästi tulla niiden lähelle ja olla myös itse niitä varten.

> N48: Joka kerta käyn myös tietyllä putouksella, jonka sijainnin tietää vain harvat sen vaarallisuuden takia. Sitten teen ajomatkan naapuripaikkakunnan rajalla, teen tämän reissun jopa kaksi kertaa matkan aikana, jos mahdollista. Tapanani on istuskella järven rannalla ja ihailla se uskomattoman kirkasta ja kylmää vettä.

Matkailija kertoo, kuinka useat paluupaikassa tehtävät toiminnot perustuvat paikan tuttuuteen ja rituaaleihin. Haastateltava mainitsee muun muassa tietyn putouksen, jonka sijainti on harvinainen, mutta hänellä itsellä paikan tuttuuden vuoksi tiedossa. Osa-alueiden tunteminen, joita muut eivät välttämättä tunne, kertovat myös paikan ja matkailijan välisestä suhteesta paluun kannalta. Onko matkailija tutustunut paikkaan toistuvilla vierailukerroillaan ja löytänyt eri paikat itse vai onko opastus tullut jonkun muun puolesta? Puheissa paikan tuttuna pitäminen samoin kuin matkailijan rituaalit ovat joka tapauksessa matkailijan omia. Kulkeminen paikassa on riippumatonta muiden määräyksistä, varsinkin kun matkailija liikkuu usein yksin, mutta jokin saattaa silti rajoittaa kulkemista. Matkailija saattaa joutua ajan tai muiden rajoittavien tekijöiden puitteissa joskus valitsemaan, mitä ehtii tehdä. Kenties se on aika, joka ei välttämättä riitä esimerkiksi naapuripaikkakunnan rajalla ajelemiseen kahta kertaa yhden matkan aikana. Tietyt toiminnot on toistettava joka kerta, ja kenties niiden puuttuminen antaisi matkan kokonaiskuvalle negatiivisen valon. Toiset toiminnot ovat tavanmukaisempia ja toteutuvat vaivattomammin. Järven veden ihailu kuuluu matkailijan tapoihin, mutta ei kokonaisuudessaan ole matkan rituaaleista ehdottominta. Silti sen puuttumaan jääminen saattaisi jäädä vaivaamaan.

Kokonaisuus paluupaikkaan tehtävissä matkoissa voi muodostua rituaaleista, joita löytyy niin matkalta kuin paikasta itsestään. Yhdessä Lapin tunturikohteissa matkaileva pariskunta on tehnyt matkoja yhdessä pitkän aikaa, minkä vuoksi heille on syntynyt paljon yhteisiä rituaaleja.

> H: Entäpä sitten tulevaisuudesta, ootteko taas matkustamassa uudestaan tonne Lappi-kohteisiin?
>
> …
>
> N52: Ku me ollaan niin vanha pari niin esimerkiksi, tuollanen tietyt traditiot. Tietyssä paikkaa minun pittää päässä hiihtämään, käymään sielä majala munkkikahvilla. Ja sitte jotku asiat on semmosia, mitä pitää saaha käyä, niin. (naurahdus)

Haastateltava ei ehkä edes muista kaikkia asioita, jotka on saatava kokea. Naurahdus viitannee siihen, että kokemukset eivät ole välttämättömiä, vaan enemmänkin itsestään selviä, mutta tuttuudessaan tärkeitä. Niiden merkityksiä ei ole kenties myöskään helppo pukea sanoiksi. Tietyt asiat saattavat puheissa ilmetä pariskunnan toiselle osapuolelle tärkeäksi, kuten hiihtäminen ja tietyssä majassa munkkikahveilla käyminen. Matkojen yhteisyydestä huolimatta on osapuolilla mahdollisuus myös aivan omiin kokemuksiin paluun paikoissa. Yhdessä paljon matkanneelle pariskunnalle rituaalit ovat syntyneet yhteisistä kokemuksista, mikä vahvistaa yhteisten matkojen merkityksiä. Onkin mahdollista, vaikka haastateltava puhuu omista haluistaan kokea tiettyjä asioita, on matkakumppani niissä yhtä lailla mukana. Haastateltavan käyttämä ilmaisu *vanha pari* voi viitata sekä yhdessä tehtyjen matkojen määrään että matkailijoiden ikään pariskuntana. Lukuisat yhdessä tehdyt matkat ja toistensa tunteminen tarkoittavat, että matkojen sisältöä ei ehkä tarvitse suunnitella etukäteen, vaan matkailijat tietävät mitä paikassa halutaan tehdä tai pitää saada tehdä.

Rituaalien syntyyn liittyviä tarinoita ei haastateltavilla ollut kerrottavana, mikä viittaa jälleen matkapaikan lähtökohtaiseen tuttuuteen haastatteluhetkellä. On mahdollista, että eräät rituaalit ovat syntyneet perustana matkailijan tuntemukselle tietyntyyppisistä matkakohteista tai matkatyypeistä. Kohde on voinut tulla matkailijalle tutuksi mainosten tai kuvien kautta, jolloin paikalle ensi kerran päästyään hänellä on siitä tiettyjä mielikuvia (Saraniemi, 2009). Mielikuvat saattavat ohjata matkailijaa toimimaan tiedostamatta tietyllä lailla ja etsimään paikasta mielikuviin sopivia vastineita (Urry & Larsen, 2011, s. 2–3, 16–20). Näin ollen rituaalien syntyminenkään ei ole välttämättä tiedostettua. Tästä johtunee matkailijoiden puheet rituaaleista kiinteänä osana matkaa, samoin kuin haasteellisuus niiden merkitysten yksiselitteiselle määrittelemiselle.

Rituaalit voidaan nähdä kuuluvaksi paluun luonteeseen.  Mahdollisuus rituaalien suorittamiseen kerta kerran jälkeen auttaa vahvistamaan tunnetta, että paikka pysyy samankaltaisena myös vierailujen välillä. Kaikkia rituaaleja ei ole mahdollista edes nimetä ja ne, jotka nimetään saattavat olla matkan kokonaisuudessa pienemmässä tai suuremmassa roolissa. Matkailijalle itselleen ne saattavat kuitenkin olla matkanteon kannalta merkittäviä ja myös syitä sille, miksi tiettyyn paikkaan haluaa palata. Rituaalit luovat pohjaa paikassa toimimiselle ja osaltaan myös auttavat hahmottamaan, mikä paluussa kiehtoo. Rituaalien noudattaminen ei tarkoita, että matkat toistuisivat

samankaltaisina kerta toisensa jälkeen, vaan niiden lisäksi matkailijat suorittavat paluun paikoissa käyntikerroista riippuen myös vaihtelevia toimintoja. Rituaalit tukevat paikan tuntemista, vaikka osaltaan myös estävät mahdollista paikan kokemista uudella tavalla. (Ks. Andsager & Drzewiecka, 2002, s. 402–404.) Vaihtelevat aktiviteetitkaan eivät aina riitä paikan uudella tavalla näkemiseen, mikäli huomio kiinnittyy ennemmin tuttuna pidettyihin elementteihin (Prentice, 2004).

## 6.2 Paluu kodintunteeseen

Koti ja matka nähdään usein toistensa vastakohtina. Koti on paikka, joka jätetään matkan ajaksi taakse ja joka ottaa vastaan takaisin tulon koittaessa. (Ks. esim. Jokinen & Veijola, 1990; Minca & Oakes, 2006, s. 1-2.) Matkan aikana voi olla tavoitteena tehdä etenkin arjesta poikkeavia asioita ja rentoutua ilman työhön tai kodinhoitoon liittyviä askareita. Matkoja voi kuitenkin tehdä myös kotiseudulle ja menneisyydestä tuttuihin paikkoihin, jolloin kodin ja matkan erottamisen sijasta saatetaan etsiä niiden välistä yhteyttä. Tällöin myös paikkojen herättämät tunteet poikkeavat todennäköisesti jonkin vieraamman matkapaikan vastaavista. Paikan tuttuus on keskeistä siinä, miten matkailija kokee paikan ja oman asemansa siellä. Onko hän kenties entinen asukas vai turisti, ulkopuolinen vai joukkoon kuuluva? Oman asemansa mukaan määräytyy myös, miten matkailija esittelee paikkaa muille, jotka saapuvat vierailulle mahdollisesti ensimmäistä kertaa. (Minca & Oakes, 2006; Veijola, 2006.)

Varsinaisen entisen kotipaikan lisäksi myös toistuvien käyntien kautta tutuksi tulleesta paluupaikasta voi löytyä *kodintuntua*. Tuttu paikka on vahvasti matkailijan mielikuvissa, jolloin useat paikkaan liittyvät tunteet syntyvät itse paikassa ollessa tai elävät muistoissa. Paikkaan liittyvät tiedot ja tuntemukset saattavat olla piilotajuisia, jolloin myös niistä kertominen voi tuntua haasteelliselta (Tuan, 2006). Haastateltavien puheissa rakentuu kuva kodinomaisista paikoista, joissa matkailija voi rentoutua yhtä lailla kuin nauttia kotiin liittyvistä asioista.

H: No mitä jos sun pitäis määritellä mitä se paikka, mitä se sulle merkitsee?

> M28: No se merkitsee just sitä **aikaa** perheen kanssa… ää sitte semmosta omaa, omaa aikaa ja rauhaa ja silleen ettei siinä niinku ole mitään häiriötekijöitä, niinku muita ulkopuolisia…. semmosta eristäy…. tai niinku irtiottoa arjesta nimenomaan.

Haastateltava korostaa puheissaan paikkamerkitysten liittyvän kiinteästi perheen kanssa vietettyyn aikaan. Arki estää yhteisestä ajasta nauttimisen kotioloissa, joten sitä varten on lähdettävä matkalle. Myös muut ulkopuoliset tekijät, kuten muut ihmiset tai kiireet lienevät uhka yhteiselle ajalle. Yhdessä tehtävällä matkalla kaikki keskittyvät ennen kaikkea toisiinsa sekä yhdessäoloon ja unohtavat muut velvoitteet. Samalla perheen kanssa matkalla ollessa haastateltava kaipaa myös mahdollisuutta nauttia omasta ajasta, jota ei häiritse kukaan. Hän ei näe perheenjäseniä uhkana rauhoittumiselle, sillä perhe varmasti ymmärtää, että lomalla kukin saa kaivata myös omaa aikaa. Haastateltavalla on vaikeuksia löytää heti määritelmiä paikan ja matkojen merkityksille. Ne merkitsevät melkein kuin eristäytymistä tai suoranaista pakoa kodin- ja arjenpiiristä. Loppujen lopuksi matkojen merkitys saa määritelmäksi eristäytymisen sijasta irtioton, eli eräänlaisen repäisyn irti arjesta. Matkalle lähdettäessä arki jätetään taakse tai ainakaan siihen ei kiinnitettä lomalla ollessa huomiota (Ks. Jokinen, 2005).

Matkailijoiden suosima mökkimajoitus korostaa yksityisyyttä ja tarjoaa perheen tai puolison kanssa matkustavalle mahdollisuuden nauttia rauhallisesta yhdessä vietetystä ajasta. Mökissä majoittuvat eivät välttämättä kaipaa ympärilleen mökkinaapureita tai muutenkaan kontaktia muihin ihmisiin. Yhdessä perheen tai muiden matkakumppanien kanssa vietetyt hetket ovat tärkeimmässä asemassa. Mökissä tarjoutuu tilaisuus esimerkiksi tehdä yhdessä ruokaa, mitä ehkä harvemmin yhdessä tehdään, tai muuten vain jutella ja nauttia toisten seurasta. Mökki voi muistuttaa konkreettisesti kotia, jossa jokaisella on yhteisten tilojen lisäksi omat huoneet. Näin ollen jokaisella voi olla yhdessä olon lisäksi tilaa yksityisyyteen. Mökkeily voi tarjota perheelle tilaisuuden yhdessä vietettyihin hetkiin, joihin kotona ei välttämättä ole mahdollisuutta, koska kiireet eivät salli tai lapset ovat jo muuttaneet omilleen. Varsinaisessa kodissa arki säätelee rentoutumista, mutta kun lähdetään matkalle, voi mökissä tarjoutua jälleen tilaisuus ikään kuin leikkiä kotia (Ks. Jokinen & Veijola, 1994, s. 74–75). Vielä jos paikka on tullut kaikille tutuksi yhdessä tehtyjen vierailujen kautta, tukee paikan yhteisyys halua paluuseen.

Matkat saavat usein erilaisia merkityksiä sen perusteella, keitä matkalle lähtee mukaan. Myös matkojen kestot ja sisällöt määrittyvät siitä, mitä kukin matkaseurueen jäsen haluaa tehdä. (Obrador, 2012.) Myös haastattelemieni matkailijoiden puheissa lomien sisällöt vaihtelevat riippuen esimerkiksi siitä, matkustavatko pariskunnat lasten kanssa vai keskenään. Jo pitkään Lapin tunturikohteissa matkustanut pariskunta on tehnyt vuosien varrella matkoja erilaisissa seurueissa. Viime aikoina kahdestaan tehtävät matkat ovat lisääntyneet, mikä on vahvistanut myös paikoista ja matkoilta etsittävien tekijöiden vakiintumista.

> H: Onko tuo, että just ku on tuo hiljasempi aika niin sielä ei välttämättä oo auki ravintolatkaan tai palveluitakaan?
> M62: No niin just, nimenomaan, että sielä ei mitään elämää paljon ole. Ei sinne sillon viitti lähteä.
> N52: No ku minusta tunturikohde on kuitenki semmonen, että on kiva vähän eri paikoissa, käyä syömässä ja sitten tuota…
> (puhuvat päällekkäin)
> M62: Niin että sielä on muitaki.
> N52: … on muitaki, että me ei ainoastaan kahestaan olla sielä.

Paljon yhdessä matkustanut pariskunta on oppinut valitsemaan matkaseuransa ja -aikansa heitä parhaiten miellyttävällä tavalla. Tunturikohteet ovat tulleet tutuksi niissä vierailujen myötä samoin kuin sesongit ja niiden vaikutus palvelutarjontaan. Yhdessä matkatessa molemmat kaipaavat samoja asioita, eli esimerkiksi syömistä erilaisissa ravintoloissa, palveluista nauttimista ja muiden kanssamatkailijoiden seuraa. Erityisesti se, että matkailijat eivät ole kohteessa aivan keskenään on tärkeää. Tutustuminen uusiin ihmisiin ja uusien suhteiden luominen kuuluvat pariskunnan paluupaikkaan tehtävään matkaan. Muiden ihmisten seuraa kaipaa ja sesongin vilkkaus tuo paikkaan eloa. Matkailijat tietävät, että toisinaan paikka voi olla hiljainen ja palvelupaikat kiinni. Elämää ei tällöin paikassa ole ja se estää paikan kokemisen halutulla tavalla (Ks. Urry & Larsen, 2011, s. 193–194). Tunturikohteessa muiden ihmisten seura on erityisen tärkeää kenties myös siksi, koska paikka on matkailijoille tuttu eikä esimerkiksi uusia nähtävyyksiä ole kierreltävänä. Kaipuu muiden seuraan ei johdu siitä, ettei pariskunta viihtyisi ihan kahdestaankin, mutta tietyssä paikassa ja tietyntyyppisellä matkalla muut ihmiset osallistuvat paikan tekemiseen.

Matka on pariskunnan puheissa erottautumista kodista, jossa ei välttämättä käydä niin usein ulkona syömässä tai tavata yhtä lailla uusia ihmisiä. Tutustumiset ja suhteiden luomiset voivat olla jotain, joka liitetään paluupaikkaan tehtävään matkaan ja jota ei tästä syystä kotona ollessa kaivata. Kenties toisentyyppisen matkakohteen ollessa kyseessä matkailijat kaipaavat ennemmin nähtävyyksiä ja uusia kokemuksia, joissa muiden matkailijoiden läsnäolo ei ole niin merkittävää. Paluussa tuttuun paikkaan vaihtelevuutta matkaan tuovat ihmiset ja eräänlainen paluu sosiaalisten suhteiden luomiseen. Puheissa korostuu myös, kuinka matkailijat tekevät päätöksiä yhdessä ja myös pitävät samoja asioita tärkeinä. Haastattelussa he puhuvat hieman päällekkäin, jolloin lopputuloksena toinen täydentää toisen aloittaman lauseen. Paluu tiettyyn yhteisesti valittuun paikkaan tarjoaa mahdollisuuden erottautua kodista ja löytää kodinpiiristä poikkeavia asioita. Yhteiset kokemukset ja sanattomat sopimukset asioiden hoitamisesta tietyllä tavalla voivat kuitenkin lujittaa suhdetta matkalla, ja tulla näkyviksi myös kotiin palatessa. Näin ollen koti ja matka tulevat erottautumisen sijasta yhteen.

Erottautuminen kodista on matkaa määrittelevä tekijä, jolla on usein suurempia vaikutuksia kuin huomaammekaan (Minca & Oakes, 2006; Larsen ym., 2007, s. 245). Mikäli matkalta kaipaa jotain kodista poikkeavaa, hakeutuu tähän toiveeseen vastaavaan tilaan. Mikäli taas matkalla kaipaa kodinomaisuutta, vaalitaan tätä tunnetta esimerkiksi perheen kanssa vietetyllä lomalla. Joskus ero kodista auttaa parhaiten sen määrittelyssä samoin kuin ero itselle tärkeästä matkapaikasta auttaa sen merkitysten tulkinnassa.

## 6.3 Paluu matkailijan sosiaalisten suhteiden tukena

Paluuturismin kohteena olevaan paikkaan matkatessaan matkailijalla on usein mahdollisuus tukea suhteita, jotka jäävät kodin arjessa vähemmälle huomiolle. Lomalla voi löytyä arjesta poiketen enemmän aikaa suhteiden vaalimiseen, mikä vahvistaa niitä myös loman jälkeen (Obrador, 2012). Haastattelemistani henkilöistä kaikki kertoivat matkustavansa joko puolisonsa, lastensa, vanhempiensa, työkavereidensa tai tuttaviensa seurassa. Ainoastaan yksi haastateltavista teki matkojaan seuralaisten lisäksi myös yksin. Usein paluuturismin paikkaan tehtävät matkat ovat myös paluita tiettyjen suhteiden äärelle. Suhteet liittyvät kotiin tai työelämään, mutta matka antaa mahdollisuuden kokea ne eri tavoin (Ks. Obrador, 2012).

Haastattelemani pariskunta kertoo, kuinka paikassa on usein mukava olla hiljaiseen aikaan, jolloin esimerkiksi vaellusreiteillä ei tule paljon muita matkailijoita vastaan. Paikan hiljaisuus ja rauhallisuus mahdollistavat keskittymisen omaan matkaseurueeseen.

> H: Joo, tuoko se sitten just oman lisänsä siihen jos on, saa niinku nauttia tavallaan yksin jostain, vaikka niitten vaellusreittien maisemista? Onks se jotenki mukavampi jos sielä saa olla itekseen vai kaipaako sitä, että tulis nyt ihmisiä vastaan?
> N56: Ei kaipaa. Ei yhtään, se just että saa vaikka koko reitin kävellä yksin se on se hieno homma siinä (naurua), ettei siinä ole, ettei tarvi muita siihen ympärile sitten.
> M56: Muistakko sen yks kerran oltiin siinä mutkamäen alla siinä tulipaikassa? Miten se oli, pojan puhelimesta vai mistä kuunneltiin musiikkia..?
> N56: Musiikkia joo. Paistettiin makkaraa ja se oli kevättä, että aurinko paisto ja…
> M56: Kevättä oli, lunta oli kuiteski.
> N56: Se oli kyllä hieno kokemus kans.

Yhteisistä matkoista kertominen saa matkailijat myös muistelemaan paikassa koettuja erityisiä hetkiä. Paikka on tiettynä aikana ikään kuin kokonaan matkailijoiden oma. He saavat kuunnella rauhassa omasta soittimesta musiikkia, rentoutua ja keskittyä yhteiseen aikaan. Ympärillä ei ole muita matkailijoita, eikä heitä kaivatakaan. Kokemuksessa ei sinänsä vaikuta olevan mitään erityistä, sillä paikassa vietettyihin hetkiin on kuulunut makkaranpaistot ja laavulla istumiset useina muinakin käyntikertoina. Se, että paikalle ei tuona yhtenä kertana tullut ketään muuta, ja haastateltavat saivat nauttia tilanteesta aivan keskenään, tekee siitä kuitenkin *hienon kokemuksen*. Paikassa löytyy aikaa yhdessäololle ja vaikka itse tekeminen olisi miten tuttua tahansa, voi sen toteutuminen ainutlaatuisissa puitteissa antaa sille syvemmän merkityksen. Merkittävät kokemukset vahvistavat suhdetta paikkaan samoin kuin henkilöihin, joiden kanssa kokemukset jaetaan.

Myös suhteet työympäristön jäseniin saattavat niin ikään tulla matkalla huomioiduiksi poikkeavalla tavalla.

> N56: Sitten ku oltiin työkavereitten kans kerran, niin oli tosiaan kivä käyä vaeltamassa ne, käytiinkö me siinä yhelä lammela. Välilä istuttiin, istuttiin sitten nuotiola ja paistettiin makkaraa ja sai puhua sitten ihan muusta. Ku töisäkö on niin puhutaan aina työasioista, että sai puhua aivan muusta, tuntu ihan mukavalta. Oppi tuntemaan ne ihmisetki aivan

> erilä laila siellä luonnon keskelä, että aivan niinkö semmosta muutosta tapahtu jokasesa ihmisessä. Että jotenki ne oli paljon avoimempia, että aivanko se luonto teki semmosen vaikutuksen.

Tietty paikka ja luontoympäristö tekevät matkailijan puheissa vaikutuksen paitsi häneen itseensä myös hänen matkakumppaneihinsa. Luonnolla on vaikuttava voima ja se voidaan nähdä kuin yhtenä osallisena matkailijoiden ajanvietossa. Luonto ottaa kulkijat suojaansa, vapauttaa, rentouttaa ja poistaa ylimääräisen jännityksen. Työkavereiden ollessa tutun työympäristön sijasta rauhallisessa luonnossa myös heidän yhdessä viettämänsä aika saa uusia merkityksiä. Eräissä etenkin Lapin luontoa käsittelevissä tutkimusteksteissä luonto saa fyysisiä olomuotoja ja sitä voidaan pitää kuin elävänä olentona (Ks. esim. Keskitalo-Foley, 2006). Kulttuuriset käsitykset luonnosta ja sen merkityksistä vaikuttavat osaltaan matkailijoiden luontokokemuksiin. Usein kuitenkin henkilökohtaiset kokemukset ja tuntemukset luonnon äärellä kumpuavat sisältä samoin kuin niihin liitettävät merkitykset. (Tuan, 2006.)

Paikan luonto on haastateltavan puheissa vastaanottavainen ja erinomainen näyttämö yhteiselle ajanvietolle. Työkaverit voivat keskustella muistakin kuin töihin liittyvistä asioista ja tutustua toisiinsa paremmin. Kukin voi paljastaa oman itsensä työroolin takaa, vaikka kaikki ovat toisiinsa jo töissäkin tutustuneet. (Ks. Urry & Larsen, 2011, s. 190–194, 206–207.) Yhteisöllisyys ja avoimuus tulevat matkalla esille työelämästä poikkeavalla tavalla. Usein vastaavanlaiset työyhteisön kanssa vietetyt lomanhetket kantavat loman jälkeen myös työympäristöön. Matkalla vahvistetut suhteet voivat tuntua matkan jälkeen vankemmilta ja niiden perusta luotettavammalta. Haastateltava kertoo edelleen, kuinka on työporukalla käynyt oman paluupaikkansa lisäksi myös Luostolla, mutta ***kaikki*** *oli sitä mieltä että tämä paikka oli parempi ku Luosto (naurua)* (N56). Yhdessä tehdyn matkan lisäksi myös matkan kohteena oleva paikka on tärkeä. Kenties Luostolta ei löytynyt samanlaista luontoympäristöä, joka olisi mahdollistanut yhtä mukavan ajanviettohetken kuin paluupaikassa. Yhteiset mielipiteet ja samasta paikasta pitäminen muiden ylitse tukevat myös paikkasuhdetta sekä voivat vaikuttaa edelleen haluun palata. Kun jokin tietty paikka on tarjonnut suhteiden vaalimiseen sopivan ympäristön, voi vaihtaminen toiseen tuntua turhalta. Varsinkin, jos paikkaa vaihdetaan ja uusi paikka, kuten tässä tapauksessa Luosto, tuottaa pienen pettymyksen, on saman paikan suosiminen suhteidenkin kannalta suotuisaa.

# 7. PYSYVYYS

Pysyvyys merkitsee matkailijoiden puheessa paikan muuttumattomuutta ja paluun mahdollisuutta myös tulevaisuudessa. Matkailijat ovat oppineet tuntemaan paluun kohteena olevat paikkansa tietynlaisina ja tiedostavat paluun merkitykset matkakokemuksissaan. Pysyvyys edustaa paluun mahdollisuutta ja muodostaa pohjan paluuturismin tulevaisuudelle. Matkailijat ymmärtävät matkakohteiden kehityksen ja täydellisen muuttumattomuuden mahdottomuuden. Kuitenkin, jotta paluu omaan paikkaan olisi tulevaisuudessa mahdollista, vaaditaan siltä pysyvyyttä sellaisena, kun matkailija on sen oppinut tuntemaan.

## 7.1 Paikan muuttumattomuus paluun turvana

Usein tärkeiden paikkojen toivotaan pysyvän tietynlaisina ja säilyvän *muuttumattomina*. Täydellinen muuttumattomuus on käytännössä mahdotonta, mutta mielikuvilla on merkittävä vaikutus siinä, miten paikat voidaan mieltää pysyviksi muutoksista huolimatta. (Tuan, 2006.) Myös haastattelemani matkailijat pohtivat puheissaan paluun kohteena olevissa paikoissaan vierailukertojen välillä tapahtuneita muutoksia. Yksi tapa hahmottaa muutoksia on pohtia paikan kasvua ja kehitystä esimerkiksi uusien rakennusten tai laajentuneen palvelutarjonnan muodossa.

> H: Tekö ootte kuiten noin pitkään paikkoja kiertäny niin, onko sitten mikään muuttunu matkakohteessa?
>
> …
>
> M62: Onhan ne tietenki näitä ravintoloita, ruokapaikkoja kaikkia tullu pikku hiljaa ja tässä. Niit on sillai, on muuttunu ja tietenki nyt tosiaan se latuverkostot muuttunu siitä ensimmäisistä kerroista paljon. Kaikkia tämmöstä.

Haastateltavan kuvailemat muutokset osoittavat, että matkakohde on kasvattanut tarjontaansa muun muassa ravintoloiden ja latuverkostojen suhteen. Matkailija vertaa kokemuksiaan paikasta ensimmäisiin vierailukertoihin ja näkee muutoksen itsestään selvänä. Kasvu kohti suurempaa matkakeskusta parempine palveluineen on ollut odotettavissa ja paikan kehitykseen suhtaudutaan ymmärtäväisesti. Muutos on tapahtunut kuitenkin sopivassa suhteessa ja vauhdissa eikä häiritse matkailijoiden

kokemuksia paikasta. Palvelutarjonnan laajentuminen ja esimerkiksi hiihtolatujen parantuminen on otettu hyvillä mielin vastaan. Paikan muutos on osaltaan määritteleмätöntä, eikä kaikkia muutostekijöitä ole tarpeen luetella yksityiskohtaisesti. Matkailijan tuntemus paikan muuttumattomuudesta hänen omia tarpeitaan ajatellen on kuitenkin kokemuksissa läsnä. Erilaiset muutokset ovat matkakohteen kehitykselle tärkeitä, mutta samalla matkailija voi edelleen keskittyä itselleen tärkeimpiin asioihin. Paikan perusluonne on vuosien saatossa säilynyt muuttumattomana ja paikkaan palatessaan matkailija voi yhä löytää merkitykset, joita koki ensimmäisillä käyntikerroilla.

Muuttumattomuus ja pysyvyys ovat laajempia käsitteitä, jotka liittyvät paikan yleisluonnon säilymiseen samankaltaisena. Tieto jonkin paikan pysyvyydestä ja olemassaolosta matkailijaa varten voi tarjota myös lohtua muuten muuttuvalta tuntuvassa maailmassa. (Tuan, 2006.) Paikan tunteminen omaksi ja mahdollisuus palata sinne itselleen sopivana ajankohtana tuovat myös haastattelemilleni matkailijoille hyvänolon tunnetta.

> H: Niin, mietit että jos se muuttuu vaikka ympärivuotinen sesonki ja siel ois sit enempi ihmisii, niin se ois niinku huono asia?
> M28: No, ehkä meidän vierailujen kannalta se vois olla haittaava tekijä, sitten sieltä ei löytyisi sitä erityistä rauhaa. Mutta tuota se on kyllä se kevät semmonen ajankohta että sillon siellä ei voi oikein lasketella ja sillon sielä ei voi oikein vaeltakaan kauheen hyvin, että tuskin tulee hirveesti muuttumaan.

Haastateltava tuntee paikan ja tietää, mitä esimerkiksi sesongit merkitsevät paikan luonteelle. Sesonkien nähdään pysyvän samankaltaisina, jolloin esimerkiksi keväällä paikka on hiljainen ja talvella vilkkaampi. Usein perheensä kanssa matkaileva on sitä mieltä, että heidän matkojaan ajatellen muuttumattomuus ja kevätsesongin hiljaisuus on tärkeää myös tulevia matkoja ajatellen. Luottamus siihen, että paikka on vilkkaampi laskettelusesongin aikaan kuin rinteiden suljettua vakuuttaa haastateltavan siitä, että heidän vierailunsa hiljaisempaan aikaan eivät ole vaarassa muuttua. Matkailija näkee matkakohteen sesongit vakiintuneina, eikä koe ympärivuotisten vilkkaiden kausien toteutumista mahdollisena. Matkakohde houkuttelee monia paikalle erilaisten aktiviteettien perässä, joita keväällä ei ole mahdollista suorittaa. Kevät on hiljaista ja vähemmän kiinnostavaksi koettavaa aikaa monien mielestä, mutta haastattelemalleni

matkailijalle se on parasta aikaa kokea paikka rauhallisena. Matkailijan mainitsema *erityinen rauha* on kenties yksi tekijä, joka vaikuttaa kokemuksiin paikan muuttumattomuudesta. Oli paikka sitten muina ajankohtina miten vilkas hyvänsä on se ainakin yhtenä vuodenaikana matkailijan mielikuvissa ja kokemuksissa rauhallinen ja tuollaisena myös pysyvä.

Paikan pysyvyyden ja muuttumattomuuden takeita voi löytyä esimerkiksi paikan ympäristöstä. Ympäröivä luontomaisema voi vaikuttaa muuttumattomalta ja vahvistaa tuntemusta paikan pysyvyydestä. Talot tai nähtävyydet voivat rapistua, mutta esimerkiksi tunturi säilyy paikallaan. (Ks. Keskitalo-Foley, 2006.)

> H: Mitenkähän sit tulevaisuudessa, pitäis, kasvaaks sielä yleensä ne matkailijamäärät kuitenki?
> N56: Kasvaa ja sinne on suunniteltu uusia rinteitä ja mitä oon lukenu, että kyllä se tullee niinkö laajentumaan. Et sitä oon lukenu, että kyllä se jonku verran tullee laajentummaan ja suunnitteila joku isompi hotelli minun mielestä.
> H: Joo, et muuttuiskohan se sitte siellä se palvelurakenneki vähän?
> N56: Pikkusen se voi muuttua, sitte kuitenki sitä ei hirveästi voi rakentaa täyteenkö sielä on niitä luonnon- kansallispuistoja niin se rajottaa tätä laajentumista palajon sielä ja minusta tuntuu että ne haluaa pittääkki sen vähän semmosena, semmosena hiljasempana tai semmosena, sillä on semmonen …. maine että se ei kasva niinkö Levi on kasvanu.

Haastateltava osoittaa puheillaan olevansa tietoinen paikan kehityksestä ja myös matkailukeskukseen liittyvistä tulevaisuuden suunnitelmista. Hän uskoo kohteen kiinnostavan matkailijoita yhä kasvavassa määriin, mihin kohteessa reagoidaan laajentumalla ja rakentamalla uutta. Paikan sijainti luonnonpuistoalueella rajoittaa kuitenkin kasvua merkittävästi ja takaa paikan pysyvyyden hiljaisempana kuin esimerkiksi eräänlaisena kasvun ja muutoksen metaforana toimiva Levi. Haastateltava tiedostaa paikan kasvun tapahtuvan kohteessa vierailevien matkailijoiden ehdoilla uskoessaan, että *ne*, eli oletettavasti paikalliset toimijat, haluavat pitää paikan hiljaisempana. Monet matkailijat ovat kiinnostuneet paikasta sen maineen perusteella, ja liiallisen muutoksen tapahtuminen voisi rikkoa sen. Haastateltavan puheissa muodostuu ymmärrys paikan kehittymisestä tietyin ehdoin, jolloin muutoskin tapahtuu vain rajatusti. Matkailija järkeilee, kuinka liiallinen muutos häiritsisi hänen omien matkakokemusten lisäksi varmasti myös monia muita paikalle matkaavia. Näin ollen on

uskottavaa, että paikalliset yrittäjät haluavat paikan kehittyvän matkailijoita miellyttävällä tavalla. Paikallisten yrittäjien ymmärrys paikan luonteesta ja luonnonpuistoympäristö muodostavat parin, joka toimii luotettavana pohjana paikan muuttumattomuudelle. Se auttaa matkailijaa rakentamaan suhdetta paluun kohteena olevaan paikkaansa ja turvaamaan myös tulevia matkasuunnitelmia.

Tiettyjen paikkojen toivotaan pysyvän muuttumattomina, vaikka tiedostetaankin sen olevan lähes mahdotonta (Tuan, 2006). Pienet muutokset annetaan usein anteeksi, mikäli tunne paikan yleisluonteen pysyvyydestä säilyy. Toisinaan paikalle saavuttaessa ei ehkä edes huomaa muutoksia, mikäli se mitä paikasta etsi on edelleen löydettävissä (Ks. Urry & Larsen, 2011, s. 2–3, 16–20). Erilaiset tärkeät paikat elävät muistoissa ja niihin liittyvää kaipuuta voi lievittää esimerkiksi paikasta muistuttavien valokuvien tai matkamuistojen avulla. Erilaiset paikasta muistuttavat todisteet ovat itsessään pysyviä ja tuovat mukanaan vahvistusta myös paikan olemassaolosta sellaisena, kuin sen viimeksi näki. (Tuan, 2006, s. 19–22.) Haastateltavistani yksi henkilö puhuu matkamuistojen merkityksistä suhteessaan paluun kohteena olevaan paikkaan.

> N44: Joka huoneessa on joku matkamuisto. On semmonen ihana takorauta, semmonen sydänkoriste siin on semmosia vanhoja kelloja, se aina joka aamu kilahtaa ku mie siirrän verhot pois, se joka aamu helisee ne kellot. Must on ihanin, ku mie veän verhot aamula auki, vaikka kuinka väsyttää lähteä töihin ku herrää, niin aina ku mie veän ne verhot siinä vaiheessa mie oon että okei, ku kuuluu se ihana kilinä, mie sanoinki että mulla tullee aina se paikka mieleen ku ne kilisee sillai. Niin siks musta on kiva ku meillä on vähän joka huoneessa jotaki sieltä tuotu niitä, et se on musta kiva.

Matkamuistoja löytyy haastateltavan kodista lähes joka huoneesta ja ne muistuttavat paikasta miellyttävällä tavalla. Esineiden näytillä oloon liittyy puheissa suunnitelmallisuutta, ja vaikuttaa siltä kuin matkamuistojen avulla paikka tulisi lähemmäs myös kotona. Aamulla verhojen sivuun vetämisen yhteydessä kilahtava matkamuisto tuo haastateltavan mieleen tutun paikan ja piristää väsymyksen keskellä. On luonnollista, että esineitä ja niiden tuomia muistoja ei pohdita päivittäin, vaan ne sulautuvat osaksi kodin muita esineitä. Matkamuistojen ja niihin liittyvien merkitysten läsnäolo on kodissa tärkeä ja auttaa mahdollisesti myös paikkasuhteen vahvistamisessa. Muistot paikassa koetuista hetkistä elävät matkailijoiden muistoissa, mutta paikalta hankittujen esineiden kautta ne tulevat konkreettisesti lähelle myös kotioloissa.

Paikan muuttumattomuus nähdään tärkeänä ehtona paluulle. Paikan pysyvyys samankaltaisena ei kuitenkaan tarkoita ehdotonta muuttumattomuutta, vaan laajempaa käsitystä paikan luonteen säilyvyydestä. Vierailut samassa paikassa vuosien varrella ovat opettaneet matkailijoille, millaisia paikat ja siellä tapahtuneet muutokset ovat olleet ja voivat tulevaisuudessa olla. Matkailijat näkevät kullakin paluun kohteena olevalla paikalla olevan tietty luonne tai maine, joka koetaan tärkeäksi. Muuttaakseen luonnettaan tai mainettaan matkakohteessa tulisi tehdä suuria muutoksia, jotka toisivat mukanaan esimerkiksi uusia kävijäryhmiä tai palveluita. Haastateltavien matkakohteina olevat lappilaiset paikat koetaan kehityssuunnitelmista huolimatta vakiintuneiksi, eikä mittavia muutoksia nähdä uskottavina. Muuttumattomuus ja matkapaikan pysyvyys tukevat tulevia matkasuunnitelmia ja vahvistavat paluun merkityksiä myös arjessa. Paluun mahdollisuus on olemassa vain, mikäli paikka säilyy matkailijan toiveiden mukaisena. Tieto itselle tärkeästä paikasta ja sen pysyvyydestä sellaisena kuin sen on oppinut tuntemaan tarjoavat milloin lohtua, milloin piristystä arjen keskellä.

## 7.2 Paluu tulevaisuudessa

Matkailijoiden pohtiessa paluun kohteena olevaan paikkaan liittyviä tulevia matkoja kertovat kaikki olevansa luonnollisesti halukkaita uusiin matkoihin. Monilla seuraava matka on suunnitelmissa vuoden sisällä tai haastatteluhetkellä jo varattuna. Seuraava matka tehdään samaan paikkaan, kenties majoitutaan samaan mökkiin ja viivytään paikassa yhtä kauan kuin aiemmillakin kerroilla. Pidemmälle tulevaisuuteen tähtäävissä puheissa esiintyy eräiden haastateltavien kohdalla mahdollisuus viipyä paikassa pidempään tai hankkia paikalta lomamökki.

> N56: Ollaan haaveiltu että vois iteki joskus sieltä mökin laittaa. Se on semmonen tulevaisuuden haave, että jos vaan. Se on semmonen paikka että laitettais, ko tiietään että sielä on niin paljon niitä alueita mihin ei saa rakentaa, et se ei tuu koskaan olemaan semmonen kauhean iso niinkö Levi tai joku muu.

Matkailijalla kiinnostaisi hankkia paikalta oma mökki, minkä myötä paikalla voisi viettää enemmän aikaa ja mökin hankkiminen myös sitoisi häntä paikkaan syvemmin. Haastateltava luottaa paikan pysyvyyteen tietäessään, kuinka paikalla on paljon alueita,

joille ei saa rakentaa. Paikka ei voi kieltojen rajoissa kasvaa liian suureksi, kuten Levi, joka jälleen mainitaan viitatessa muutokseen. Mökin hankinta näyttäytyy haastateltavan puheissa yleisenä haaveena, mutta jos joskus johonkin mökki laitetaan, niin sen on oltava tutussa, omaksi koetussa paikassa. Suomessa monilla on lomamökki kotipaikkakunnan ulkopuolella, mutta yleistä on myös, kuinka ihmiset eivät halua omistaa. Monet nauttivat mieluummin kollektiivisesta yhteiselosta pysyen paikasta tavallaan irrallaan. Mökin hankinta merkitsee sitoutumista yhteen paikkaan ja halua osoittaa, että on valmis viettämään lomiaan samassa paikassa. Kaikille kyseinen toimintamalli ei sovi ja lomia vietetään mieluummin oman mielen mukaan vaihtuvissa maisemissa. (Ks. Veijola, 2006, s. 87–88.) Haastattelemistani henkilöistä kaikkia ei kiinnosta hankkia paikalta omaa mökkiä. Toistuvista paluista ja sen myötä syntyneistä paikkasuhteista huolimatta matkailijat haluavat pitää tietyn etäisyyden.

> H: Entäs nyt ku nykyään vietätte sielä kuitenki sellasii vajaan viikon pätkiä, niin oisko koskaan mielessä että vois olla sielä pitempään tai jotain mökkiä jostain kohteesta? Kiinnostaako sellanen?
> M62: No sanotaan, no sanotaanko semmonen että viikko joskus on, tuo se kolme neljä päivää tuntuu lyhyeltä, niin on sillai mietitty, että sitten joskus ku on aikaa ja tuollai joskus viikon. Ei sielä taas montaa viikkoa viitti yhelä reissula olla.
> N52: Että me ollaan puhuttu siitä mökkihommasta niin, me ei varmaan ikinä tulla mökkiä haluamaan mihinkään tunturiin, ku me halutaan vaihtelua ja sitte käyä eri tuntureissa. Se rajoittais sitten jos meilä ois jossain tunturissa mökki niin, sitte pitäis käyä sielä.

Pariskunta pohtii pitempien lomien viettoa paluupaikassa, mutta oman mökin hankkiminen ei kiinnosta. Mökki tietyssä paikassa nähdään vaatimuksena viettää lomat yhdessä paikassa, jolloin tilaa valinnalle ei jäisi. Vaikka pariskunnan paluun kohteena oleva paikka on vakiintunut, pitävät he mahdollisuudet muiden paikkojen suhteen yhä auki. Vaihtelua kaivataan myös majoituspaikkojen suhteen. Matkailijoista kun voi olla yhtenä kertana mukava majoittua mökissä ja toisena hotellissa. Mökki tietyssä paikassa merkitsisi taloudellisen investoinnin lisäksi myös muutoksia matkustustavoissa, sitoutumista ja vapauden rajoittamista. Matkailijat, jotka eivät halua kiinteää omaa paikkaa paikassa, eivät välttämättä ole vähemmän sitoutuneita paluuseen. Haastateltavien puheet kertovat syvästä paikkasuhteesta ja paluun monista merkityksistä matkailijoiden elämässä. Paluu voidaan kokea riittäväksi keinoksi pitää yllä tai syventää

paikkasuhdetta, jolloin konkreettisen sitoutumisen tarve esimerkiksi lomamökin kautta ei ole tarpeellinen.

Haastateltavista jokainen mainitsee, kuinka he toivoisivat voivansa viettää paikassa pidempiä aikoja ja vierailla siellä useammin. Puheet osoittavat nykyisen paikkaan sitoutumisen lisäksi paikkasuhteen vahvuutta, joka kestää tulevinakin vuosina. Paluupaikat voidaan nähdä osana matkailijoiden identiteettiä. Paikat koetaan itselle sopiviksi sellaisina kuin ne on opittu tuntemaan, jolloin etenkin liialliset muutokset paikassa voivat olla paluusuhteelle häiriöksi. Mikäli matkailija kokisi paikan muuttuvan, saattaisi hänen olla mahdotonta palata. Matkailijat löytävät paikasta henkilökohtaisia merkityksiä ja siellä yksin tai yhdessä koetut kokemukset tekevät paikasta tärkeän. Mikäli aiemmin käyntikerroilla hyväksi koettuihin toimintoihin ei olisi enää mahdollisuutta, kuinka paikka voisi enää tuntua samalta.

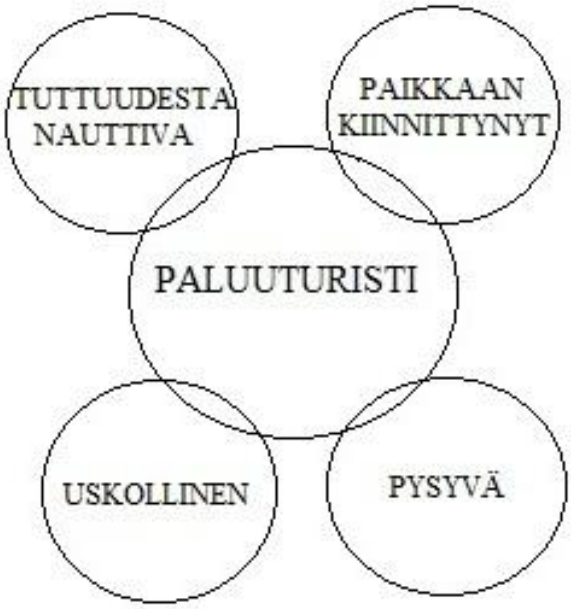
Paikasta ollaan kiinnostuneita oman lomanviettonäkökulman lisäksi myös paikan yleisen kehittämisen näkökulmasta. Yksi haastateltava toteaa, *että ois itekki kiva olla mukana kehittämässä sitä* (N44). Hän viittaa puheillaan paikan kehityksen kiinnostavan häntä ja paikan hyvin tuntevana, olisi hänellä mielestään mielipiteitä kehitystyön suhteen. Osallistuminen paikan tulevaisuuteen muutenkin kuin matkailijana vahvistaisi edelleen paikkaan sitoutumista. Haastateltavista kukaan ei ole kuitenkaan vielä päässyt kehitykseen osallistumaan. Matkailijoiden ääneen kuuleminen voisi olla yksittäiselle matkakohteelle tärkeää. Paljon paikassa vierailleet ja sen hyvin tuntevat ovat nähneet paikan kehityksen sekä muutokset ja osaavat ehkä arvioida myös tulevia suuntia. He tietävät tarkasti, mitä itse paikalta haluavat ja tahtovat myös vaalia paluupaikkaansa sellaisena kuin se on. Heidän äänestään voisi olla hyötyä paikan kehittämisessä tai ainakin säilyttämisessä sellaisena, että paikalle uskolliset, paluuturistit, eivät joudu paikkaa jättämään.

# 8. YHTEENVETO

Paluuturismin käsite muodostuu työssäni matkailijoiden puheista ja merkityksistä, joita tietty paikka ja sinne paluu puheissa sisältävät. Aiemmat tutkimukset osoittavat, kuinka matkailijoiden uusintavierailujen taustalla on kiinnostusta esimerkiksi kohteen tarjontaa, tuttuutta tai yleistä ilmapiiriä kohtaan. Paluun taustalla voi olla myös uskollisuutta, joka on verrattavissa esimerkiksi brändiuskollisuuteen. Haastattelemieni matkailijoiden kohdalla paluuturismin kohteeksi on alun perin valittu paikka, joka on herättänyt matkailijoiden huomion esimerkiksi positiivisten mielikuvien, mainonnan tai tuttavien suositusten perusteella. Tärkeää on ollut, että kohteella on tarjottavanaan matkailijoita kiinnostavia tekijöitä liittyen esimerkiksi harrastusmahdollisuuksiin, luontomaisemiin tai illanviettoon. Matkailijoiden tietämys lappilaisten kohteiden luonteesta ja yleinen tuntemus kohteiden kehityksestä on ollut myös vaikuttava tekijä omaa paikkaa etsittäessä. Matkailijat ovat tietäneet, mitä lomanviettopaikaltaan haluavat, ja sen myötä valinneet tietyn paikan. Aina ei kuitenkaan ensimmäinen paikka ole ollut sopiva, ja matkailijat ovat saattaneet siirtyä vierailukerran jälkeen muualle. Paluuturismin kohteeksi valitussa paikassa ei riitä pelkkä sopivuus esimerkiksi tarjolla olevien palveluiden suhteen, mikäli ympäristö ei muuten vastaa matkailijan toiveita. Paikkasuhteet ovat syntyneet matkailijoiden kokiessa matkapaikan vastaavaan kokonaisvaltaisesti omiin tarpeisiin ja syventyneet paikkaan paluun ansiosta.

Uuden ja vieraan sijasta tuttuna pidetty paikka houkuttelee matkailijoita monesta syystä. Tutussa paikassa ei tarvitse nähdä vaivaa yleisen tutustumisen tai esimerkiksi palvelutarjonnan selvittämisen suhteen. Paikkaan liittyvien konkreettisten tekijöiden lisäksi matkailijat haluavat palata myös henkilökohtaisesti tärkeisiin tunnetiloihin, joita paikassa on koettu aiemmilla vierailukerroilla. Paikan tuttuus ei olekaan pelkästään tuntemusta paikan fyysisistä elementeistä, vaan tuntemusta paikan merkityksestä itselle ja matkakumppaneille. Paluupaikat nähdään koostuvan monista tekijöistä ja samakin paikka saa eri matkailijoiden kesken erilaisia määritelmiä. Kunkin matkailijan omat kokemukset ovat tärkeässä asemassa, jolloin paikan tunteminen paluun ansiosta korostuu. Paikan tuttuus on ratkaiseva tekijä paluun taustalla ja matkailijat myös luottavat, että paikka pysyy samankaltaisena vierailukertojen välillä.

Matkailijat näkevät paluun vuoden kulkuun kuuluvana rituaalina tai mahdollisuutena rituaalien suorittamiseen paikassa itsessään. Paluuseen liittyvistä rituaaleista osa on hyvin tiedostettuja ja osa taas piilotajuisia. Tietyt rituaalit kuuluvat oleellisena osana paluuseen ja niiden suorittaminen saa tärkeitä merkityksiä. Toiset taas ovat vähemmän merkittävässä roolissa, mutta kuuluvat yleisesti matkan kokonaisuuteen. Paluu koostuu toiminnasta, joka on tuttua ja matkailijan matkanviettoon liittyvien odotusten mukaista. Paluupaikassa on kuitenkin mahdollista myös etsiä jotain uutta esimerkiksi muiden ihmisten seurasta tai luontoympäristöstä. Vaikka paluuseen liittyvät kiinteästi tuttuus ja rituaalit, on matkoilla tilaa myös vaihteleville kokemuksille.




Kuvio 1. Paluuturistin kuva

Yllä oleva kuvio ilmentää paluuturistin kuvaa tämän paluuturismiin liittyvien toimintojen ja merkitystenannon perusteella. Paluuturisti arvostaa tuttuutta, joka liittyy niin paikkaan kuin paluuseen toimintana. Tuttuus merkitsee tietoutta matkan merkityksistä ja paikassa odottavista tekijöistä, jotka helpottavat esimerkiksi pakkaamisessa ja aktiviteettien suunnittelussa. Paluu mahdollistaa rituaalien suorittamisen ja luottavaisen tietämyksen siitä, mitä paluu tiettyyn paikkaan tuo mukanaan. Tuttuus voittaa vierauden, mutta silti matkailijan on mahdollista löytää vierailukerroilla matkoilta myös jotain uutta esimerkiksi majoituspaikasta tai paikalla olevista muista matkailijoista riippuen. Paikan tutuksi tuleminen paluun kautta sitoo

matkailijaa paikkaan ja mahdollistaa myös paikkaan kiinnittymisen. Paikkaan kiinnittyminen on oleellinen paluuturistia määrittävä tekijä, joka houkuttelee palaamaan ja hakemaan merkityksiä, jotka tekevät paluusta tärkeän.

Paluuturistin uskollisuus paikalle muodostuu omien kokemusten lisäksi myös kiinnostuksesta paikkaa ja sen tulevaisuutta kohtaan. Matkailijat välittävät paikasta ja toivovat sen säilyvän tietynlaisen, ei pelkästään heille itselleen, vaan myös muille matkailijoille. Paluuturisti ei vaadi paikalta täydellistä muuttumattomuutta mutta on tärkeää, että asiat, jotka ovat alun perin tehneet paikasta matkailijalle tärkeän, eivät katoa vierailukertojen välillä. Paluuturistin kuvaan liittyvä pysyvän käsite viittaa matkailijan tuntemukseen paluuturismin pysyvästä merkityksestä matkakokemusten kannalta. Paluuturismin merkitykset ovat pysyviä jo tähän mennessä hankittujen muistojen ja kokemusten ansiosta ja voivat näkyä myös konkreettisesti esimerkiksi matkamuistojen kautta. Paluupaikka elää matkailijan mielikuvissa, sinne palataan muistoissa ja tunnelmoidaan sen muuttumattomuutta. Samalla paluuturisti haaveilee tulevista matkoista paikkaan ja paluusta, joka on ajatuksissa pysyvä.

Työssäni olen tuonut esille paluuturismin merkityksiä matkailijoiden näkökulmasta. Paluuturistien matkakohteet ovat Lapissa, mikä antaa samalla kuvan lappilaisia matkakohteita koskevista käsityksistä ja mielikuvista. Paluuturismin käsitteen määrittelyn kannalta paluupaikat olisivat voineet sijaita missä vain, mutta paikkoja yhdistävä lappilaisuus antaa paluuturismin merkityksille työssäni tietyn ilmeen. Matkailijoiden käsitykset lappilaisesta matkailusta ja matkakohteista rakentavat kuvaa omasta paluupaikasta. Matkailijat vertailevat mielellään omaa paikkaa nimenomaan muihin lappilaisiin paikkoihin. Myös matkailijoiden kotipaikan läheisyys paluupaikan kanssa voi vaikuttaa siihen, että matkalle on mahdollista lähteä lyhyeksi ajaksi, matkan voi ajaa omalla autolla eikä matkantekoon kulu pitkää aikaa. Paluupaikan sijainti esimerkiksi ulkomailla voisi antaa matkanteolle erilaiset asetelmat. Paluuturismin merkitykset voivat silti määrittyä matkailijoiden puheissa samoin tavoin itse paluupaikasta ja sen sijainnista riippumatta.

Matkailijoiden omat kokemukset ja näkemykset paikkojen luonteesta ovat tärkeää tietoja esimerkiksi matkakohteessa toimiville henkilöille. Tietämys siitä, mitä yksittäiset matkailijat paikalta haluavat voi avata ymmärrystä muun muassa siitä, mihin suuntaan

matkakohdetta tulisi kehittää. Paikassa paljon kulkeneilla on vakiintuneita käsityksiä paikasta, sinne sopivista piirteistä ja tekijöistä, jotka tekevät paikasta muihin verrattuna ainutlaatuisen. Paluuturistit ovat kiintyneitä paluupaikkaan ja usein innokkaita viipymään paikalla pidempään tai jopa hankkimaan sieltä oman mökin. He saattavat myös olla kiinnostuneita osallistumaan paikkaa koskevaan kehitystyöhön ja tuomaan äänensä julki. Paluuturisteilla voikin olla arvokkaita ajatuksia, joiden kuuleminen tarjoaa kiinnostavia näkökulmia paikkojen tulevaisuuden suhteen.

KIITOKSET

Haluan kiittää Lapin yliopiston matkailun kulttuuritutkimuksen professori Soile Veijolaa graduryhmämme loistavasta ohjauksesta ja siitä, että alun perin ohjasit minut paluuturismin käsitteen äärelle. Kiitos myös lukuisista kommenteistasi, rakentavasta kritiikistä ja kiinnostuksestasi, jota olet osoittanut gradutyöskentelyäni kohtaan kuluvan lukuvuoden aikana. Osoitan kiitokseni myös muille graduryhmämme jäsenille Marjo Hänniselle, Aija Härköselle, Nelli Neuvoselle ja Elina Toivoselle aktiivisesta osallistumisestanne seminaari-istunnoilla ja tärkeistä neuvoista, joita olen teiltä graduani varten saanut. Kiitokset myös Acapella Village -tutkimusryhmän jäsenille, joiden kommentit ja kiinnostus graduryhmämme työskentelyä kohtaan on ollut tärkeää. Lisäksi kiitän haastattelemiani paluuturisteja, jotka antoivat minulle aikaansa ja kertoivat matkakokemuksistaan. Suuri kiitos työni valmiiksi saamisesta kuuluu kaikille, jotka ovat minua gradutyöskentelyssäni tukeneet ja auttaneet.

LÄHTEET


Aho, S. & Ilola, H. (2006). *Toinen koti maalla? Kakkosasuminen ja maaseudun elinvoimaisuus.* (Lapin yliopiston kauppatieteiden ja matkailun tiedekunnan julkaisuja B, Tutkimusraportteja ja selvityksiä 6.) Rovaniemi: Lapin Yliopistopaino.

Andsager, J.L. & Drzewiecka, J.A. (2002). Desirability of differences in destinations. *Annals of Tourism Research* 29 (2): 401–421. PII: S0160-7383(01)00064-0

Baloglu, S. (2001). Image variations of Turkey by familiarity index: informational and experiential dimensions. *Tourism Management* 22: 127-133. Haettu 3.1.2012 Elsevier SD Freedom Collection -tietokannasta.

Carneiro, M.J. & Crompton, J. L. (2010). The influence of involvement, familiarity and constraints on the search for information about destinations. *Journal of Travel Research* 49 (4): 451–-470. DOI: 10.1177/0047287509346798

Croes, R., Shani, A. & Walls, A. (2010). The value of destination loyalty: Myth or reality? *Journal of Hospitality Marketing and Management* 19: 115–136. doi: 10.1080/19368620903455252

Cuthill, V. (2004). Little England's global conference centre: Harrogate. Teoksessa Sheller, M. & Urry, J. (toim.), *Tourism mobilities: places to play, places in play* (s. 55–66). London: Routledge.

Girs, S. (2010). *Amélien Pariisi: elokuvan merkitys matkailun strategisessa kehittämisessä*. Pro gradu -tutkielma. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

Gitelson, R.J. & Crompton, J.L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research* 11 (2): 199-217. DOI: 10.1016/0160-7383(84)90070-7

Emir, O. & Kozak, M. (2011). Perceived Importance of Attributes on Hotel Guests' Repeat Visit Intentions. *Tourism* 59 (2): 131–143. Haettu 26.10.2011 EBSCOhost-tietokannasta.

Haanpää, Minni & Soile Veijola (toim.) (2006). *Hiljaisuuden tuotteistaminen Lapin matkailussa.* Monitieteinen proseminaarityö. Lapin yliopisto / LEO.

Hammit, W. E., Backlund, E. A. & Bixler, R. D. (2006). Place bonding for recreation places: Conceptual and empirical development. *Leisure Studies* 25 (1): 17–41. DOI: 10.1080/02614360500098100

Harrison, J. (2003). *Being a Tourist. Finding Meaning in Pleasure Travel*. UBC Press, Vancouver, Toronto.

Hong, S., Lee, S., Lee, S. & Jang, H. (2009). Selecting revisited destinations. *Annals of Tourism Research* 36 (2): 268–294. doi:10.1016/j.annals.2009.01.001

Jokinen, E. (2005). *Aikuisten arki*. Helsinki: Gaudeamus.

Jokinen, E & Veijola, S. (1990). *Oman elämänsä turistit*. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Järviluoma, J. (2006). *Turistin luonto Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa*. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Kelly, G. & Hosking, K. (2008). Nonpermanent residents, place attachment, and "Sea change" communities. *Environment and Behavior* 40 (4): 575–594. Haettu 22.10.2011 SAGE journals online -tietokannasta.

Keskitalo-Foley, S. (2006). Kolme näkökulmaa Lapin paikkana kokemiseen. Teoksessa Knuutila, S., Laaksonen, L. & Piela, U. (toim.), *Paikka. Eletty, kuviteltu, kerrottu* (s. 129–146). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kozak, M. (2001). Repeater's behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research* 28 (3): 784–807. PII: S0160-7383(00)00078-5

Lapin matkailutilastollinen vuosikirja (2011). Haettu 27.4.2012 osoitteesta http://www.lapinliitto.fi/c/document_library/get_file?folderId=20782&name=DLFE-11816.pdf

Lüthje, M. (2005). *Se mukava maaseutu siellä jossain. Maaseutumatkailu kokemusten, mielikuvien ja markkinoinnin kohteena*. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Massey, D. (1995). The conceptualization of place. Teoksessa Massey, D. & Jess, P. (toim.), *A Place in the World?* (s. 45–85). Oxford University Press.

Massey, D. (2003). Paikan käsitteellistäminen. Teoksessa Lehtonen, M. & Löytty, O. (toim.), *Erilaisuus* (51–83). Tampere: Vastapaino.

Massey, D. (2008). *Samanaikainen tila*. Tampere: Vastapaino.

McCabe, S. & Stokoe, E. H. (2004). Place and identity in tourists' accounts. *Annals of Tourism Research* 31 (3): 601–622. doi:10.1016/j.annals.2004.01.005

Minca, C. & Oakes, T. (2006). Introduction: Travelling paradoxes. Teoksessa Minca, C. & Oakes, T. (toim.), *Travels in Paradox* (s. 1–21). Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Oppermann, M. (1998). Destination threshold potential and the law of repeat visitation. *Journal of Travel Research* 37 (11): 131–137. doi:10.1177/004728759803700204

Pearce, P. L. (2012). The experience of visiting home and familiar places. *Annals of Tourism Research*. doi:10.1016/j.annals.2011.11.018

Pike, S. (2007). Repeat visitors - An exploratory investigation of responses by regional tourism organisations. *Journal of Travel & Tourism Research* 3: 1–13. Haettu 26.10.2011 EBSCOhost-tietokannasta.

Prentice, R. (2004). Tourist familiarity and imagery. *Annals of Tourism Research* 31 (4): 923–945. doi:10.1016/j.annals.2004.02.008

Rantala, O. (2009). Lomalla luonnossa: Tunturikeskus matkailijan paikkana. Teoksessa Tuulentie, S. (toim.), *Turisti tulee kylään, Matkailukeskukset ja lappilainen arki* (s. 108–130). Jyväskylä: SoPhi 112.

Rantala, O. & Tuulentie, S. (toim.) (2010). *Enontekiön erityisyys paikallisten ja loma-asukkaiden silmissä.* Metlan työraportteja. Haettu 30.4.2012 osoitteesta http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp175.pdf

Rose, G. (1995). Place and identity: a sense of place. Teoksessa Massey, D & Jess, P. (toim.), *A Place in the World?* (s. 87–132). Oxford University Press.

Rose, G. (2001) *Visual methodologies. An introduction to the interpretation of visual materials.* London: Sage.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (2005). Johdanto. Teoksessa Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.), *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus* (s. 9–21). Tampere: Vastapaino.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (2005). Tutkimushaastattelu ja vuorovaikutus. Teoksessa Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.), *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus* (s. 22–56). Tampere: Vastapaino.

Saraniemi, S. (2009). From familiarity tours to media representations: Finland in the British press. *Tourism Analysis* 14: 209–219. Haettu 19.12.2011 CabDirect-tietokannasta.

Schuster, R. M., Sullivan, L. E., Kuehn, D. M. & Morais, D. B. (2011). Relationships among resident participation in nature and heritage tourism activities, place attachment, and sustainability in three Hudson River Valley communities. *Journal of Park and Recreation Administration* 29 (3): 55–69. Haettu 26.10.2011 EBSCOhost-tietokannasta.

Sharpley, R. (2004). Islands in the sun: Cyprus. Teoksessa Sheller, M. & Urry, J. (toim.), *Tourism mobilities: places to play, places in play* (s. 22–31). London: Routledge.

Tuan, Y. (2006). Paikan taju: aika, paikka ja minus. Teoksessa Knuutila, S., Laaksonen, L. & Piela, U. (toim.), *Paikka. Eletty, kuviteltu, kerrottu* (s. 15–30). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2004). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tuulentie, S. (2007). Settled tourists: Second homes as a part of tourist life stories. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7 (3): 281–300. doi:10.1080/15022250701300249

Tuulentie, S. (toim.) (2009). *Turisti tulee kylään, Matkailukeskukset ja lappilainen arki*. Jyväskylä: SoPhi 112.

Tuulentie, S. (2009). Matkailukylät maailmalla: Ylläs ja Levi brittiläisissä matkaesitteissä. Teoksessa Tuulentie, S. (toim.), *Turisti tulee kylään, Matkailukeskukset ja lappilainen arki* (s. 86–107). Jyväskylä: SoPhi 112.

Um, S., Chon, K. & Ro, Y. H. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research* 33 (4): 1141–1158. doi:10.1016/j.annals.2006.06.003

Urry, J. (1995). *Consuming Places*. London: Routledge.

Urry, J. (2004). Death in Venice. Teoksessa Sheller, M. & Urry, J. (toim.), *Tourism mobilities: places to play, places in play* (s. 205–215). London: Routledge.

Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. London: SAGE.

Valtonen, A. & Veijola, S. (2011). Sleep in tourism, *Annals of Tourism Research* 3(1), 175-192.

Veijola, S. & Jokinen, E. (1994). The body in tourism. *Theory, Culture & Society* Vol. 11 (1994) 125–151.

Veijola, S. (2006) Heimat tourism in the countryside: Paradoxical sojourns to self and place. Teoksessa Minca, C. & Oakes, T. (toim.), *Travels in Paradox* (s. 77–95). Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Veijola, S. & Valtonen, A. (2007) The Body in Tourism Industry. Teoksessa Pritchard, A., Morgan, N. & Ateljevic, I. (toim.), *Tourism & Gender: Embodiment, Sensuality and Experience* (s. 13.31). CABI Publishing.

Veijola S. & Falin P. (2011) Acapella Village, Designing Culturally and Ecologically Sustainable Tourist Communities for the Future.

Yang, J., Yuan, B. & Hu, P. (2009) Tourism destination image and visit intention: Examining the role of familiarity. *Journal of China Tourism Research* 5: 174–187. DOI: 10.1080/19388160902910557

**TEEMAHAASTATTELURUNKO – PALUUTURISMI**

**1. Matkakokemuksista kertominen**

- Mikä on se kohde, johon olet matkustanut useamman kerran?
- Kuinka usein siellä käyty, milloin / millaisin väliajoin, kenen kanssa, miten majoituitte?
- Milloin matkustitte sinne ensimmäisen kerran? Miksi juuri sinne?

**2. Matkakohteessa toimiminen**

- Mitä kohteessa on tarjolla? (palvelut, aktiviteetit, majoitus)
- Mitä kohteessa teette?
- Kerro jostain yksittäisestä kokemuksesta / kokemuksista, joita kohteessa koettu.

**3. Matkakohteen kuvailu**

- Miten kuvailisitte kohdetta?
- Eroaako kohde muista mahdollisesti samantyyppisistä matkakohteista?
- Onko matkakohde muuttunut vierailukertojen välillä?

**4. Merkitykset**

- Mitä paikka merkitsee?
- Millaisia mielikuvia paikka herättää?
- Millaiset tekijät houkuttelevat vierailemaan kohteessa uudestaan?
- Millainen paluuturismin kohteena oleva paikka on suhteessa muihin matkakohteisiin, joissa olet käynyt?

**5. Tulevaisuus**

- Suunnitteletteko matkaavanne kohteeseen uudestaan?
- Seuraatteko kohteeseen liittyvää uutisointia? (esim. rakentamiset, muutokset kohteessa)
- Miten mahdolliset kohteessa tapahtuvat muutokset vaikuttaisivat matkoihinne?
- Olisiko mahdollista, että viipyisitte kohteessa pitempiä aikoja kuin nykyään?

**Muuta lisättävää?**