

Kaisu Tuomainen

**LOMALLA KOTIKAUPUNGISSA:  
Staycation-matkailuilmiön rakentuminen  
suomalaisissa lifestyle-blogeissa**

Pro gradu –tutkielma

Matkailututkimus

2020

## **Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta**

Työn nimi: Lomalla kotikaupungissa: staycation-matkailuilmiön rakentuminen suomalaisissa lifestyle-blogeissa

Tekijä: Kaisu Tuomainen

Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus

Työn laji: Pro gradu –työ X Sivulaudaturtyö\_\_ Lisensiaatintyö\_\_

Sivumäärä: 112

Vuosi: 2020

### **Tiivistelmä**

Staycation eli lomailu omassa kotikaupungissa tai lähialueilla on alkanut olla yhä enemmän esillä mediassa uutena matkailuilmiönä viime lähivuosikymmenen aikana. Blogitekstejä ja uutisia julkaistaan aiheesta enenevässä määrin ja ilmiö kiinnostaa suomalaisia. Osaltaan kasvava tietoisuus matkustamisen ympäristövaikutuksista on lisännyt kiinnostusta kodin lähialueilla lomailuun. Bloggauskulttuurissa staycation-ilmiö on ajankohtainen keskustelunaihe, mitä kautta staycation tulee yhä tunnetummaksi blogiyhteisön keskuudessa. Staycationia koskeva, vielä vähäinen aiempi tutkimus keskittyy ilmiön käsittelyyn sen historian, matkailukuluttamisen ja markkinoinnin näkökulmista. Aiemmat tutkimukset eivät käsittele, millaisia piirteitä suomalaiset staycation-matkailijat yhdistävät staycationiin tai millaisia merkityksiä he antavat staycation-lomilleen. Tämän tutkimuksen yleinen tavoite on kasvattaa ymmärrystä staycationista ajankohtaisena, kasvavana matkailuilmiönä Suomessa.

Tutkimuskohteena toimii staycation-matkailuilmiön rakentuminen suomalaisissa lifestyle-blogeissa. Tutkimusta ohjaa sosiaalis-konstruktionistinen ajatus siitä, kuinka bloggaajat kielenkäytöllään rakentavat ja muokkaavat ilmiötä bloggauskulttuurissa luoden erilaisia diskursseja eli puhetapoja, joilla voi olla vaikutusta myös ihmisten toiminta- ja ajattelutapoihin. Tarkastelen, kuinka diskurssien rakentumisen yhteydessä staycationista luodaan representaatiota kielellisten kuvauksien kautta. Tutkimuksessa huomioin bloggauskulttuurin kontekstin sekä julkaisujen visuaalisuuden ja kaupallisuuden ulottuvuudet.

Tutkimukseni tieteellisenä tehtävänä on hahmottaa diskursseja, joiden avulla bloggaajat rakentavat representaatiota staycation-matkailuilmiöstä blogiteksteissään. Tutkimuksen osakysymyksiä ovat: Mitä merkityksiä staycation-lomalle annetaan? Miten annettuja merkityksiä tuotetaan kielellisesti ja visuaalisesti? Miten blogitekstien eri toimijuudet vaikuttavat merkitysten rakentumiseen? Tutkimuksen aineistona käytän suomalaisia lifestyle-blogijulkaisuja, jotka käsittelevät pääaiheenaan staycation-ilmiötä. Analysoin aineiston laadullisella diskurssianalyysillä, jonka avulla jäsenin erilaisia merkityksenantojen kautta rakentuvia diskursiivisia puhetapoja staycationista.

Tutkimustulokset yhdistävät staycation-lomailun osaksi arjen ja lomailun vastakkainasettelua koskevaa tutkimuskirjallisuutta. Staycation-ilmiön representaatio rakentuu bloggauskulttuurissa lyhytkestoisena irtautumisena arjesta joko hotellissa, kotona tai kotikaupungissa. Staycation kuvastuu myös vaivattomampana ja vastuullisempänä vaihtoehtona ulkomaanlomalle, ilmentäen samalla matkailutapojen yhteiskunnallista muutosta.

**Avainsanat:** matkailu, staycation, lähimatkailu, lifestyle-blogit, sosiaalinen konstruktionismi, diskurssianalyysi

## Sisällysluettelo

1. JOHDANTO .....	4
2. STAYCATION JA LIFESTYLE-BLOGIT .....	10
2.1 Staycationin historiaa.....	10
2.2 Staycation matkailukirjallisuudessa.....	12
2.3 Staycation kestäväenä ja kotimaisena matkailuna.....	15
2.4 Lifestyle-blogit ja bloggauskulttuuri .....	18
3. ILMIÖIDEN DISKURSIIVINEN RAKENTUMINEN.....	23
3.1 Sosiaalinen konstruktionismi ja diskurssit.....	23
3.2 Blogien diskurssit ilmiöiden rakentajana.....	26
3.3 Diskurssiteorian rooli tutkimuksessani.....	29
4. DISKURSSIANALYYSI BLOGIAINEISTOSTA.....	30
4.1 Blogiaineiston valinta, rajaus ja eettinen käyttö .....	30
4.2 Diskurssianalyysi menetelmänä.....	34
4.3 Diskurssianalyysin vaiheet .....	39
5. ARJEN ROOLEISTA VAPAUTUMINEN .....	45
5.1 Vanhempien hengähdystauko .....	45
5.2 Turistina kotikaupungissa .....	55
6. LOMAILUN PAIKAT LÄHELLÄ.....	63
6.1 Yö kotikaupungin hotellissa .....	63
6.2 Loma kotona tai kaupungilla .....	71
7. PERINTEISEN MATKAILUN MUUTOS.....	80
7.1 Vaihtoehto ulkomaanlomalle.....	80
7.2 Vaivatonta ja vastuullista matkustamista.....	87
8. YHTEENVETO JA POHDINTA.....	93
8.1 Lifestyle-blogeissa rakentuva representaatio staycationista .....	93
8.2 Kasvaako staycation-matkailusta yhtä suosittu matkailutapa ulkomaanmatkailun rinnalle? .....	98
8.3 Tutkimuksen arviointia .....	101
8.4 Jatkotutkimusaihoita .....	103
KIITOKSET .....	105
LÄHTEET .....	106
<b>Taulukkoluetelo</b>	
1. Aineiston jaottelu ja pseudonyymit .....	31
2. Aineistolle esitetyt kysymykset .....	40

## 1. JOHDANTO

Staycation, tuo matkailumaailman uusi ilmiö, on rantautunut lähivuosina Atlantin takaa myös Suomeen. Ilmiö on saanut osakseen globaalia ja kansallista huomiota. Ulkomaanmatkojen sijaan suomalaiset päättävät jäädä yhä useammin kotiin viettämään lyhyttä lomaa omassa kotiympäristössään (Urpelainen, 2018). Staycation-lomalla, joka on lähimatkailun äärimmäisin muoto, jäädään kotiin tutkien lähiympäristöä esimerkiksi vierailemalla kaupunkimuseoissa, nukkumalla yö hotellissa tai tutkimalla läheistä maaseutua (Vackova, 2009, s. 485). Staycation-lomia saatetaan viettää tuntematta ilmiötä, koska ilmiölle ja siihen kuuluvalla toiminnalle annettu nimitys on vielä niin tuore. Noin kymmenvuotias Yhdysvalloista levinnyt ilmiö (Sharma, 2009) on matkailun tutkimuskentässäkin vielä aiheena harvinainen, mikä kutsuu selvittämään ilmiön luonnetta.

Staycation on matkailuilmiönä kytköksissä globaaleihin ilmiöihin. Staycationin sanotaan saaneen alkusysäyksensä Yhdysvalloista vuonna 2008 globaalien talouskriisien aikaan ja toimineen yhdysvaltalaisille vaihtoehtona viettää lomaa kotona lomalle lähtemisen sijaan. Nyt, keväällä 2020, tämän pro gradun tuottamisen aikaan, uusi globaali kriisi iski matkailualaan mahdollisesti muuttaen matkailutapoja pysyvästi. Koronaviruspandemian kehittyessä on nähtävissä, kuinka pandemia vaikuttaa staycation-lomailun kehitykseen sekä Suomessa että globaalisti esimerkiksi ilmailualan ollessa kriisissä (ks. Lehtinen, 2020). Nyt staycation mainitaan mediassa vaihtoehtona viettää lomaa kotona, kun matkustaminen ei ole sallittua. Myös ilmastonmuutos vaikuttaa ihmisten matkustamistapoihin, minkä myötä ihmiset alkavat etsiä matkakohteita lähempää kotiaan lähimatkailun muodossa (Vackova, 2009, s. 485). Staycation on ympäristöystävällisempi matkailun muoto, jossa paikalliset erityispiirteet nostetaan arvostukseen.

Staycationista tehty aiempi tutkimuskirjallisuus käsittelee staycationia yhtenä matkailun muotona ja matkailukokemuksena (Germann Molz, 2009; Räikkönen, Marjanen, Kohijoki & Lahovuori, 2018; Sharma, 2009), staycationin vaikutusta palautumiseen ja hyvinvointiin (Besson, 2017; de Bloom, Nawjin, Geurts, Kinnunen & Korpela, 2017) sekä staycationin matkailijatyyppejä (Alexander, Lee & Kim, 2011; James, Ravichandran, Chuang & Bolden, 2017) ja tuotteistamista (James ym., 2017; Pawlowska & Matoga, 2016). Matkailualaan sidonnaisen ympäristökeskustelun ajamana staycation liitetään ilmiönä osaksi kestäväää

matkailua (de Bloom ym., 2017) ja lähimatkailua (Jeuring & Haartsen; Diaz-Soria, 2016; Pawlowska & Matoga, 2016). Staycationiin liittyy olennaisesti myös arjen ja lomailun välinen vastakkainasettelu, kun lomaa vietetään kotona (Edensor, 2007; Franklin, 2003; Germann Molz, 2009; Hall & Holdsworth, 2016; Rääkkönen ym., 2018). Lomalta yleensä odotetut rentoutuminen ja lomatunnelmaan pääseminen voi olla haastavampaa staycationilla, jossa maisemanvaihdosta ei tapahdu. Tutkimukseni tarkoituksena on luoda uutta ymmärrystä staycationista tuoreena kotimaan- ja lähimatkailun muotona Suomen kontekstissa tutkimalla staycationia ihmisten tuottamassa kirjoitetussa kielessä ja bloggauskulttuurin kontekstissa rakentuvana ilmiönä.

Mediassa staycation-ilmiöstä puhutaan paljon: internet-artikkelit, uutiset ja blogit ovat ottaneet aiheen omakseen. Lifestyle-blogi on yksi useista blogityypeistä, ja toimii tutkimukseni empiirisenä aineistona. Lifestyle-blogit käsittelevät nimensä mukaisesti kirjoittajiensa elämäntapoja ja elämää yleisesti esimerkiksi matkailun, sisustuksen, muodin, kauneuden tai harrastusten teemojen kautta (Hänninen, 2015, s. 54). Sosiaalisen median aikakaudella blogit ovat nykyajan ihmisille suosittu itseilmaisun väline (Hookway, 2008, s. 91). Sosiaalisena ympäristönä blogit rohkaisevat ihmisiä jakamaan tietoa ja kokemuksia asioista muiden ihmisten kanssa. Blogijulkaisuissa staycation-lomista jaettu tieto ja kokemukset sisältävät merkityksiä ja puhetapoja, jotka rakentavat staycation-ilmiötä tietynlaiseksi.

Internet saavuttaa nykypäivänä suuret määrät ihmisiä, jolloin siellä jaetut kokemukset ja ajatukset leviävät. Lifestyle-blogeilla on vahva potentiaali viestiä uusista erilaisista globaaleista tai kansallisista trendeistä lukijoilleen (Hänninen, 2015, s. 55), minkä takia ne ovat kiinnostava aineistolähde juurikin ajankohtaisen staycation-ilmiön rakentumispaikkana. Blogiviestinnällään bloggaajat ovat mukana luomassa näitä trendejä (Lin & Huang, 2006). Yritykset ovat havainneet blogien markkinointipotentiaalin niiden vaikutusvallan takia. Siksi monet yritykset tekevät yhteistyötä bloggaajien kanssa markkinoiden tuotteitaan tai palvelujaan blogitekstien välityksellä, mikä on alkanut suunnata lifestyle-blogeja yhä kaupallisempaan suuntaan (Hänninen, 2015). Bloggaajien harrastama vertaismarkkinointi on erityisesti matkailumarkkinoinnissa tärkeää matkailukokemusten rakentuessa lähinnä aineettomien palvelujen kulutuksesta. Matkakohdevalinnoissa siten muiden ihmisten kokemuksilla ja suosituksilla on suurtakin painoarvoa. (Karabacak & Genc, 2019, s. 869; Schmallegger & Carson, 2007, s. 100.)

Tutkimuksessani tarkastelen staycation-matkailuilmiön rakentumista kielenkäytössä suomalaisissa lifestyle-blogeissa. Tutkimuksessani puhun ilmiöstä staycationina, vaikka ilmiöllä onkin monta julkisessa keskustelussa käytettyä nimitystä, kuten lähimatkailu, lähiloma, kotiloma tai miniloma. Käytän staycation-nimitystä sen ollessa yleinen ilmiön nimeämistapa erityisesti mediassa ja bloggauskulttuurissa. En käytä suomenkielistä vastinetta ilmiöstä, koska yhtenä tutkimukseni mielenkiinnon kohteena on selvittää merkityksiä, joita suomalaiset bloggaajat antavat staycationille. Staycationin nimeäminen bloggaajalle mieleisellä tavalla on yksi tällainen merkityksenanto.

Teoreettisena viitekehyksenä tutkimustani ohjaa puhetapojen eli diskurssien sosiaalisen rakentumisen näkökulma. Sosiaalisen konstruktionismin paradigman mukaan diskurssit rakentuvat sosiaalisessa kanssakäymisessä puheessa, kuvissa ja tekstissä ja eri kielenkäytön konteksteissa (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993; Pietikäinen & Mäntynen, 2019). Diskurssin määrittely on tutkijan vastuulla (Pynnönen, 2013). Tutkimuksessani määrittelen diskurssit sosiaalisesti jaetuiksi puhetapojen kokonaisuuksiksi, jotka välittävät merkityksiä puhutusta asiasta. Nämä diskursseissa välitetyt merkitykset rakentavat sosiaalista todellisuutta ja ilmiöitä puheessa tietynlaisiksi (Jokinen ym., 1993, s. 27; Pynnönen, 2013, s. 7–8.) Representaatio on yksi tutkimukseni pääkäsite, joka tarkoittaa kielellistä kuvausta, jonka puheessa tai tekstissä hyödynnetyt diskurssit rakentavat merkityksenannoillaan puhumisen kohteesta. Kielenkäyttötilanteessa mukana olevat toimijoiden roolit ovat myötävaikuttamassa rakentuviin diskursseihin ja representaatioihin. Teoriaohjaava tutkimusote tarkoittaa tutkimuksessani sosiaaliseen konstruktionismin paradigmaan pohjautuvien diskurssiteorioiden ohjaavaa otetta, antaen kuitenkin edellytykset edetä tutkimusprosessissa aineisto ja empiirinen ilmiö edellä.

Internet ja blogit ovat keskeisiä sosiaalisen kanssakäymisen väyliä nykypäivänä, jolloin niissä käytettävät kielelliset puhetavat sekä heijastavat että rakentavat sosiaalisia ilmiöitä. Aineistona käyttämäni lifestyle-blogit ovat osa internetin sosiaalista todellisuutta, jossa ilmiöt rakentuvat saamiensa kuvausten eli representaatioiden kautta (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 44–46). Tutkin, millaisia merkityksiä staycation-lomailulle annetaan kielellisesti ja visuaalisesti lifestyle-blogijulkaisuissa ja miten nämä merkityksenannot rakentavat staycationia matkailuilmiönä Suomessa.

Tutkimukseni tavoitteena on siten ymmärtää, millainen *representaatio staycationista rakentuu matkailuilmionä suomalaisissa lifestyle-blogeissa*. Tutkimukseni osakysymyksiä ovat: *Mitä merkityksiä staycation-lomalle annetaan? Miten annettuja merkityksiä tuotetaan kielellisesti ja visuaalisesti? Miten blogitekstien eri toimijuudet vaikuttavat merkitysten rakentumiseen?*

Tutkimusaineistona käytän blogit.fi -blogialustalta kerättyjä lifestyle-blogien julkaisuja, jotka käsittelevät staycation-ilmioitä. Empiirinen aineistoni sisältää 14 blogijulkaisua, jotka on julkaistu vuosien 2018–2020 aikana. Rajasin aineistoni tiettyjen kriteerien perusteella, joita olivat julkaisutekstin pituus (207–1100 sanaa), sisällön relevanttius itsessään ja suhteessa toisiin valittuihin blogijulkaisuihin sekä kieli (suomi). Aineistooni sisältyy sekä kaupallisia että ei-kaupallisia blogijulkaisuja. On tutkimuksellisesti tärkeää tarkastella kaupallisten ja ei-kaupallisten blogijulkaisujen mahdollisia eroja puhetavoissa koskien staycation-ilmioitä. Kaupallisuus ja ei-kaupallisuus ovat osa kirjoituskontekstia, joka vaikuttaa kirjoitetun tekstin tuottamiin merkityksiin.

Tarkastelen tutkimuksessani diskurssianalyysin keinoin, kuinka lifestyle-blogiaineistossa bloggaajat kielenkäytöllään ja blogien visuaalisuudella luovat puhetapoja staycation-ilmioistä, ja millaiseksi nämä puhetavat rakentavat staycationia matkailuilmionä. Diskurssianalyysi on väljä analyysimenetelmä, mikä antaa tutkijalle paljon vapautta sen toteuttamisessa, mutta lisää myös vastuuta tutkimusprosessin mahdollisimman läpinäkyvänä avaamisena (Jokinen ym., 1993, s. 10–13). Analyysini toteutin systemaattisesti esittämällä aineistolle samat kysymykset ja keskittymällä kielellisiin vivahteisiin, joita blogiteksteissä käytettiin staycationista puhuttaessa. Analyysissani on mukana tekstin lisäksi blogijulkaisuun liitetyt kuvat, koska ne rakentavat yhdessä tekstin kanssa representaatiota eli kuvauksia staycationista tietynlaisiksi. Tutkimuksen edetessä kuvien painotus kuitenkin väheni johtaen erityisesti kirjoitettuun kieleen keskittymiseen.

Tutkijan rooli on keskeinen diskurssianalyysissa ja yleensäkin laadullisessa tutkimuksessa. Tutkija tekee subjektiivisia, ennakkokäsitysten värittämiä tulkintoja ja valintoja aineistostaan läpi tutkimusprosessin. Diskurssianalyysilla tutkija enemmänkin tuottaa todellisuutta kuin ymmärtäisi tai tulkitsisi sitä sellaisena kuin se ilmenee (Bosangit, 2012, s. 21; Buttle, 1998, s. 80; Gergen, 1999, s. 50–52). Siksi tehdyt tulkinnat tulee perustella kriittisesti. Ennen tutkimuksen aloittamista sekä staycation ajankohtaisena ilmionä että

bloggauskulttuuri olivat minulle verrattain tuntemattomia aiheita, minkä takia minulle ei ollut rakentunut hyvin vahvoja ennakkokäsityksiä.

Tunnistin aineistostani kuusi staycation-matkailuilmiötä rakentavaa diskurssia. Tunnistetut diskurssit ovat vanhemmuuden, paikallisuuden, hotelliloman, kotiloman, matkailun ja matkustamisen diskurssit. Merkittävimpänä ulottuvuutena näistä diskursseista nousi esiin arjen ja lomailun välinen vuoropuhelu sekä staycationin potentiaali vastuullisempana ja vaivattomampana lomailutapana ulkomaanlomailun rinnalla. Staycationia kuvataan mahdollisuutena lyhyeen arjesta irtautumiseen joko hotellissa, kotona tai kotikaupungissa. Tunnistettuja toimijarooleja staycation-lomilla ovat vanhemmat, pariskunnat perheet, ystävykset ja bloggaajat. Tutkimustulokset ilmentävät yhteiskunnallisten muutosten ajamaa matkailutapojen muutosta.

Tutkimukseni avulla liitän staycation-ilmiön osaksi laajempaa yhteiskunnallista ja matkailuaiheista kontekstia kotimaassani Suomessa. Tutkimuskohteeni on tärkeä Suomessa, koska uutena ilmiönä staycationista on vielä vähän tutkimustietoa tarjolla, varsinkaan Suomen kontekstissa. Tutkimuksen motiivina toimii myös ilmiön ajankohtaisuus ja siihen kohdistuva julkinen kiinnostus mediassa. Ilmiön luonteen laajempi ymmärtäminen antaa mahdollisuuksia matkailupalvelujen tarjoajille, kuten majoitusyrityksille ja alueorganisaatioille markkinointitoimenpiteisiin, asiakassegmentointiin ja tuotekehittelyyn. Staycation on kotimaanmatkailua, jota kasvattamalla voidaan tuoda lisätuloja alueille (Alexander ym., 2011). Staycation-ilmiön tutkiminen tuo lisää ymmärrystä kuluttajien kaipaamista vastuullisemmista matkailuvaihtoehdoista, jota on myös esimerkiksi lähimatkailu kotimaassa (Diaz-Soria, 2016).

Tutkielmani etenee seuraavasti: Johdannon jälkeen luvussa 2 esittelen staycationia matkailuilmiönä käsittelemällä ensiksi sen syntyhistoriaa ja sen jälkeen staycationin saamia kuvauksia aiemmassa matkailukirjallisuudessa. Esittelen myös lifestyle-blogit osana bloggauskulttuuria. Luvussa 3 sukellan syvemmälle sosiaaliseen konstruktionismiin ja diskurssien rakentumiseen bloggauskulttuurissa käytetyssä kielessä. Luvussa 4 avaun tutkimusprosessiani diskurssianalyysin ja empiirisen aineiston parissa ja pohdin internetissä tehdyn tutkimuksen eettisiä näkökulmia. Luvut 5–7 ovat tuloslukuja, joissa käsittelem kolmen pääteeman kautta analyysini perusteella rakentuneita diskursseja. Luvussa 8 suoritan



tutkimukseni yhteenvedon ja pohdinnan, joissa esitän tutkimukseni johtopäätökset, pohdin tutkimukseni kehittämismahdollisuuksia sekä tuon esille mahdollisia jatkotutkimusaihoita.

## 2. STAYCATION JA LIFESTYLE-BLOGIT

Lähiloma, kotiloma, miniloma... vai ihan vaan *staycation*? Staycation-ilmio on nimetty suomalaisissa medioissa eri tavoin sen suosion kasvaessa. Silti kotona, kotikaupungissa tai sen lähiympäristössä vietetty loma on vielä monelle suomalaiselle tuntematon ilmiö. Staycationin viettäjiä on kuitenkin kasvussa (Pawlowska & Matoga, 2016, s. 5). Kotimaanmatkailun ja vastuullisen matkailun suosion myötä suomalaiset ovat alkaneet nähdä kotikaupunkiansa hotellit ja lähiympäristön palveluineen mahdollisina vaihtoehtoina ulkomaanmatkalle (ks. mm. Khanji, 2018). Vastuullisuuskysymysten ohella elämystalouden nousu ja arjen luksuksen hakeminen kasvattavat kiinnostusta staycation-lomailuun (Besson, 2017, s. 36; Urpelainen, 2018). Mutta onko elämyksellinen loma todella mahdollista kokea myös kotiympäristössä? Käsittelen seuraavaksi staycation-ilmion historiaa, minkä jälkeen tarkastelen aiemman matkailun tutkimuskirjallisuuden avulla staycationista olemassa olevia luonnehdintoja sekä ilmiön suhdetta muihin globaaleihin ja kansallisiin matkailuilmioihin. Luvun lopuksi esittelen empiirisenä aineistonani toimivat lifestyle-blogit, jotka toimivat yhtenä matkailuilmioiden rakentumisen paikkana bloggaajien välittämän viestinnän kautta.

### 2.1 Staycationin historiaa

Staycation-ilmion ja sen nimeämisen syntyyna pidetään Yhdysvaltoja. Vuonna 2008 kansainvälisen taloudellisen laman ja energiakriisin aikana elinkustannusten noustessa yhdysvaltalaisilla ei ollut varaa tai mahdollisuutta matkustaa ulkomaanlomalle. Tämä ahdinko iski erityisesti keskiluokkaan. Vaihtoehtoksi ulkomaanmatkoille Yhdysvaltojen joukkotiedotusvälineet esittivät staycation-lomaa, millä oli kapitalistinen tavoite: kansalaiset täytyi saada kuluttamaan ja parantamaan maan taloudellista tilaa. Yhdeksi ratkaisuksi syntyi ulkomaanmatkan kaltainen loma kotona ja sen lähiympäristössä ilman kotitöitä tai muita arjen velvollisuuksia. (Germann Molz, 2009, s. 281; James ym., 2017, s. 387; Sharma, 2009.)

Liikkuvuuden (*mobility*) ja paikallaanolon (*stillness*) kaksijakoisuus määritteli alusta lähtien staycationin luonnetta Yhdysvalloissa. Liikkuvuus määritettiin matkailemisen sijaan kuluttajuutena, joka nähtiin normatiivisena yhteiskunnan osana. (Germann Molz, 2009, s. 281.) Kuluttamisella haettiin moderniin ajan luonteeseen kuuluvaa jatkuvaa kasvua. Paikallaanoloa, siis kuluttamisen vähenemistä, taas kuvattiin negatiivissävytteisenä pysähtyneisyytenä ja ”taantumisenä”. (Sharma, 2009.) Siksi yhdysvaltalaiset

palveluntarjoajat yhdessä massamedian kanssa markkinoivat staycationia kulutusjuhlan (Germann Molz, 2009, s. 281). Staycation nähtiin siis kapitalistisen markkinatilanteen elvyttämistävälineenä, ei tulevaisuuden pysyvänä matkailumuotona. Staycationista puhuttiin vain ohimenevänä ilmiönä ja fyysisestä paikallaanolosta välttämättömyytenä, kun kaukomatkailuun ei ollut resursseja. Paikallaanolon sisältämää muutosvoimaa, jolla vastustettaisiin nyky-yhteiskunnan normatiivista pyrkimystä jatkuvaan kasvuun, ei tuotu esiin. (Sharma, 2009.) Yhdysvaltalaisille esitettiin liikkumisen matkailun muodossa jatkuvan normaalisti, kunhan energiakriisi ja taloudellinen taantuma on selätetty. Staycation oli siis eräänlainen odottamisen tapa, vaihtoehtoinen lomailumuoto kunnes päästäisiin takaisin ”normaalitilaan”. (Sharma, 2009.)

Paikallaanolon diskurssiin liittyen Germann Molz (2009, s. 281–282) erittelee Yhdysvaltain joukkotiedotusvälineiden mediajulkaisuista vuodelta 2008 neljä erilaista puhetapaa silloin vielä uudesta staycation-ilmioistä. Nämä ovat väheksyntä (*disdain*), epäluulo (*doubt*), velvollisuus (*duty*) ja hyödylliset lomaohjeet (*helpful how-to's*). *Väheksyvät ja epäluuloiset* artikkelit kuvaavat staycation-lomia riittämättömiksi ja epä-autenttisiksi ”oikean loman” korvikkeiksi. Staycationia kritisoidaan siitä, ettei se riittäisi arjen ja modernin maailman kiireistä ja paineesta palautumiseen, vaan täydellisempään palautumiseen vaadittaisiin maisemanvaihdosta. *Velvollisuuden* vaikutelmaa staycationin viettämiseen media nostaa esiin esittämällä, kuinka yhdysvaltalaisilla on kansalaisvelvollisuus voimistaa paikallista taloutta kuluttamalla hyödykkeitä ja viihdyttämällä itseään paikallisesti ulkomailla rahan kuluttamisen sijaan. Staycationista voisi lehtien mukaan parhaimmillaan muodostua alueellisen ylpeyden ja jopa kansallisen isänmaallisuuden ilmentymä. Entistä positiivisempaa sävyä aiheeseen tuoneet *hyödyllisiä lomaohjeita* antaneet media-artikkelit ohjeistavat, kuinka luoda lomatunnelma kotiin ilman huolta kotitöistä, hyödykkeitä kuluttaen. Staycationin hyötyinä mainostetaan rahansäästöä kalliissa polttoainekuluissa sekä lomailua ilman kotimaan lentomat kustamiseen kuuluvaa stressiä. Tämä positiivinen näkökulma korostaa mahdollisuutta muuttua turistiksi omassa kotikaupungissa paikallisia nähtävyyksiä ja aktiviteetteja kokemalla. Nimekkäät paikalliset myös kehuvat staycation-kokemuksiaan käyttäen vaikutusvaltaansa kansalaisiin. (Germann Molz, 2009, s. 281–282.)

Tämä staycation-ilmion mediaryöpytys vuonna 2008 antoi alkusysäyksen ilmiön suosiolle sekä Yhdysvalloissa että globaalisti. Mediakiinnostusta seuranneet tutkimusartikkelit ilmentävät ilmiön leviämistä Yhdysvalloista muualle maailmaan (ks. esim. Pawlowska &

Matoga, 2016). Germann Molz (2009, s. 281) jopa argumentoi, kuinka Yhdysvaltojen joukkotiedotusvälineet (blogit, uutislehtien kolumnistit ja lifestyle-kommentaattorit) olisivat yhdessä palveluntarjoajien, kuten vähittäiskauppojen ja hotellien, kanssa *luoneet* koko matkailuilmion uutisoinnillaan, kirjoituksillaan ja mainonnallaan (Germann Molz, 2009, s. 281). Sittemmin staycation-ilmio vaikuttaa muuntautuneen yhteiskunnan mukana ja saaneen uusia merkityksiä yhtenä uudenlaisena lomailun ja matkailun muotona.

## 2.2 Staycation matkailukirjallisuudessa

Suhteellisen uutena ja vielä tuntemattomana matkailuilmionä staycationia on vielä vähäisesti tutkittu matkailun tutkimuskirjallisuudessa. Tekemäni taustatutkimuksen perusteella etenkin suomalaisia tutkimuksia on vähäisesti löydettävissä (ks. esim. Besson, 2017; Räikkönen ym., 2018). Aiemman tutkimuskirjallisuuden avulla pyrin kokoamaan staycationista entistä selvempää kuvaa matkailumuotona ja käsittelen sen ilmenemistä suhteessa muihin ajankohtaisiin matkailuilmioihin, kuten lähimatkailuun ja kestävään matkailuun.

### *Staycationin määritelmä*

Sana staycation on yhdistetty englannin kielen sanoista ”stay” ja ”vacation” tarkoittaen lomalle jäämistä, ei lähtemistä (Pawlowska & Matoga, 2016, s. 6; Sharma, 2009). Medialähteitä on käytetty apuna staycationin määrittelyssä tutkimuskirjallisuudessa, koska yhteisesti vakiintunutta määritelmää staycationista ei ole olemassa (ks. esim. James ym., 2017, s. 389). Ensimmäiset julkaisut aiheesta puhuivat staycationista kotona vietettävänä lomana (Germann Molz, 2009, s. 281; Sharma, 2009). Myöhemmin staycationista on puhuttu laajemmin kotikaupungissa vietettynä lomana (Alexander ym., 2011, s. 2; Besson, 2017, s. 34), vapaa-aikana (de Bloom ym., 2017, s. 574, Räikkönen ym., 2018, s. 25) tai kotikaupungin lähialueilla lomailuna (James ym., 2017, s. 389; Pawlowska & Matoga, 2016, s. 4–5). Tutkimukseni tuottaa ymmärrystä siitä, millaiseksi staycationin määritelmä muodostuu suomalaisten lifestyle-blogitekstien ja aihetta käsittelevän tutkimuskirjallisuuden vuoropuhelussa.

Staycationia toiminnallaan luovat matkailijat ovat oleellinen osa ilmiön rakentumista. Siksi heitä on pyritty profiloimaan matkailututkimuksen piirissä matkailijamarkkinoiden hahmottamiseksi. James ym. (2017, s. 387, 390) kokoamien profiilien mukaan suurin osa

yhdysvaltalaisista staycation-matkailijoista ovat nuoria milleniaaleja tai 31–44-vuotiaita, jotka voivat olla joko naimattomia, tai perheellisiä pariskuntia (James ym., 2017, s. 387, 390). Tutkimustulosten perusteella staycation-matkailijat matkustavat staycation-lomaansa varten keskimäärin 48 mailin (77 kilometrin) matkan ja viiptyvät lomallaan noin 2,6 päivää. Keskimääräinen budjetti staycation-lomalle on noin 240 dollaria (220 euroa). Tietoa ennen matkaa haetaan eniten internetistä. Staycation-matkailijoita motivoivia aktiviteetteja ja intressejä ovat paikallisen kulttuurin kokeminen (viihde: elokuvat, show't, teatteri), syöminen ravintoloissa, sosiaalisten suhteiden ylläpito ja juhliminen sekä terveyden ylläpito. (James ym., 2017, s. 406–407.) Luotujen profiilien perusteella James ym. (2017) kokosivat matkailijasegmenttejä staycation-matkailijoista, ja loivat niiden perusteella majoitustuotepaketteja, joita hotellit voisivat hyödyntää markkinoinnissaan.

Hotellit markkinoivat palvelujaan staycation-matkailijoille (ks. esim. Sokos Hotels, 2020), koska yöpyminen kuuluu olennaisesti staycation-lomailuun. Staycationilla yöpyminen voi tapahtua matkailijan omassa kodissa tai esimerkiksi hotellissa lähellä kotia (Alexander ym., 2011; Sharma, 2009). Jos yöpyminen tapahtuu kodin ulkopuolella, voi staycation-lomaa viettää jopa 80–180 kilometrin päässä kotikaupungista tai lähialueilla (Alexander ym., 2011, s. 6; James ym., 2017, s. 389). Alexander ym. (2011, s. 6) ja James ym. (2017, s. 389) määritelmä staycationista lomana, jota voi viettää jopa 80–180 kilometrin päässä kotikaupungista nostaa esiin kysymyksen, miten kauas kotoa voi matkustaa, että lomaa voi edelleen kutsua staycationiksi. Jamesin ym. (2017, s. 404) tutkimuksessa staycation-matkailijoista noin suurin osa yöpyi lomallaan ystäviensä luona, toiseksi eniten yövyttiin hotellissa. Alexander ym. (2011) mukaan mitä (1) kauempaa staycation-matkailijat saapuvat; (2) mitä suurempi osa heidän seurueestaan matkustaa kauempaa kohteeseen; sekä (3) mikäli heillä asuu sukulaisia alueella, sitä suuremmalla todennäköisyydellä he yöpyvät kaupungissa ja siten kuluttavat enemmän rahaa kuin päiväkävijät. Yöpyvät matkailijat tuovat siis enemmän taloudellista hyötyä alueelle. (Alexander ym., 2011.)

Kuten aiemmin todettua, staycation ei kuitenkaan välttämättä vaadi yöpymistä (Räikkönen ym., 2018, s. 30), vaan loma voi keskittyä päiväsaikaan tapahtuvaan vapaa-ajanviettoon kuluttamisen kautta (Pawlowska & Matoga, 2016, s. 4–5; Räikkönen ym., 2018, s. 30; Sharma, 2009) tai sisältää lyhyitä päivävierailuja kotoa lähialueille (Bertacchini, Nuccio & Durio, 2019; Pawlowska & Matoga, 2016). Staycation-loma on usein siis luonteeltaan lyhytkestoinen. Lyhyitä lomaa vietetään nykyään entistä enemmän pidempien lomien lisäksi

(Edensor, 2007, s. 201). Kodin ulkopuolella yöpymisen sisältävät staycation-lomat yleensä kestävät korkeintaan viikonlopun yli (Pawlowska & Matoga, 2016, s. 4–5). Kotona vietettävät staycationit voivat kestää pidemmänkin ajan, koska majoitukseen ei tarvitse käyttää rahaa. Esimerkiksi vuonna 2008 Yhdysvalloissa staycationia saatiin viettää koko pitkän kesäloman ajan kotona (Germann Molz, 2009; Sharma, 2009).

Staycationista tehdyt tutkimukset kertovat, kuinka kotona vietetty staycation yleensä tapahtuu unohtamalla arjen velvollisuudet, kuten kotityöt, ja nauttimalla vapaa-ajasta (Sharma, 2009). Siten staycation-kokemus ei juurikaan eroa arkielämästä – kotona oleminen ja vapaa-ajanvietto kotikaupungissa ovat osa ”normaalia elämää”. Mutta miten staycationin saa tuntumaan lomalta? Loman päätarkoitus on saada keskeytystä arkipäiväisiin toimintoihin ja rasiin (Edensor, 2007 s. 199; Hall & Holdsworth, 2016, s. 287). Loman ei tarvitse sisältää matkustamista: pääasia on irtautua arkipäivän rutiineista hetkeksi. Matkustaminen kuitenkin helpottaa arjesta irti pääsyä (Hall & Holdsworth, 2016, s. 288). Matkailu on yleisen käsityksen mukaan siirtymä joko spatiaalisesti (maantieteellisesti), temporaalisesti (ajallisesti), mentaalisesti tai aistillisesti pois arkielämästä johonkin matkailulle ominaiseen liminaalitilaan (Räikkönen ym., 2018), siis lomatunnelmaan. Jos staycationissa ei tule maantieteellistä siirtymää, muutos arkeen tulee hakea muilla tavoin, kuten järjestämällä kiireetöntä aikaa ja etsien lomatunnelmaa muista asioista. Matkailuun kuuluu mahdollisuus arjesta poikkeavien roolien, kuten turistin roolin, omaksumiseen osana lomatunnelmaan pääsyä (Edensor, 2007, s. 199). Matkailutyypinen kulutus ja vapaa-ajanvietto omassa kotikaupungissa voivat mahdollistaa siirtymisen matkailun mielentilaan ja luoda matkailukokemuksia, jotka virkistäisivät samalla lailla kuin tavallinen matka (Pecsek, 2018, s. 4; Räikkönen ym., 2018), vaikkei fyysisesti siirrytä omasta elinympäristöstä minnekään.

Lomatunnelmaan pääsy staycation-kokemuksessa voi de Bloom ym. (2017) tutkimuksen mukaan edistää arjesta palautumista ja hyvinvointia. Bessonin (2017) tutkimuksen mukaan valokuvaus staycation-lomalla voi lisätä matkailukokemuksen esteettistä nautintoa ja parantaa siten subjektiivista hyvinvointia. Lomailu arkiympäristössä ei kuitenkaan ole ongelmaton. Kotiympäristön arkipäiväisyys on yksi kotikaupungissa lomailun haaste (Edensor, 2007, s. 200). Matkailijan motivaatio kokeilla staycationia voi vähentyä, jos staycationissa ei tule maantieteellistä siirtymää, uutuudenviehätystä, arkiaskareista irtautumista tai yllätyksellisyyttä, jotka koetaan tärkeänä osana perinteistä matkailua ja

lomatunnelmaan pääsyä. Mitä kauempana kotoa ollaan, sitä palauttavampana loma koetaan. (de Bloom ym., 2017; Räikkönen ym., 2018, s. 37–38.) Staycationiin kuuluva paikallaan oleminen voi olla negatiivisesti koettu asia, koska lomaympäristö on liian tuttu ja tavanomainen (Germann Molz, 2009, s. 282; Jeuring & Haartsen, 2016, s. 2). Mutta miksi staycationista on silti kasvamassa suosittu matkailuilmio?

Kaiken kaikkiaan staycation-ilmio ravistelee perinteistä matkailun määritelmän kivijalkaa. Franklinin (2003, s. 30) mukaan perinteisen matkailun määritelmän kautta pyritään tekemään eroa matkailun ja muiden elämän aktiviteettien välille. Määritelmän mukaan matkailu suuntautuu lyhytaikaisesti pois tavanomaisesta elinympäristöstä kohti paikkoja, vapaa-ajan toimintaa ja kokemuksia, jotka olivat uusia ja vieraita arkielämään verrattuna. (Buchart & Medlik, 1974; Mathieson & Wall, 1982, Franklinin, 2003, s. 30 mukaan.) Kuten totesin aiemman tutkimuskirjallisuuden ja medialähteiden perusteella, staycationin perusta on kuitenkin se, ettei kotoa, eli tavanomaisesta elinympäristöstä, lähdetä pois. Staycationissa puuttuva etäisyys kotiympäristöstä matkakohteeseen sekä elinympäristön tuttuus ja normaalius luovat siis ristiriitaa sille, miten staycation voidaan ylipäättään määritellä matkailuksi. Franklin ja Crangin (2001, s. 7) mukaan matkailu on ilmiönä alati muuttuva, siksi sen määritelmänkään ei tulisi olla staattinen. Matkailun määrittely onkin aina tuottanut haasteita, eikä Edelheim ja Ilolan (2017, s. 23–24) sekä Franklinin (2003) mukaan tyhjentävää määritelmää matkailusta voida antaa matkailun ollessa niin sidonnainen muihin toimialoihin ja ihmisten arkeen. Matkailun määritelmien muokkautuessa voidaan staycationkin laskea matkailuksi.

### **2.3 Staycation kestäväenä ja kotimaisena matkailuna**

Matkailuala on ollut murroksessa 2000-luvun alusta lähtien (Franklin, 2003, s. 25). Sitä ennen suosituimpien matkailumuotojen, kuten massaturismin (Franklin, 2003, s. 32), asema on alkanut horjua matkailun kestävyyskysymysten herättäessä entistä enemmän huomiota julkisissa keskusteluissa. Yhteiskunnalliset muutokset ja kriisit, kuten ilmastonmuutos, ohjaavat matkustamisen tapoja ja motiiveja (Cohen & Cohen, 2012, s. 2178–79). Kestävä ja vastuullinen matkailu on ajankohtainen megatrendi, jota ajaa huoli matkailun vaikutuksista ympäristöön sekä matkailuun kytköksissä oleviin ihmisiin ja elinalueisiin (Räikkönen ym., 2018, s. 28). Suomessa ja maailmalla yhä enemmän keskustelunaiheena oleva ilmastonmuutos ja siihen liittyvät vastuullisuuskysymykset ovat staycationin suosion kasvun

osatekijöitä. Staycation-loma yhdistetään mediassa helpotukseksi ilmastoahdistukseen (ks. esim. Urpelainen, 2018). Räikkönen ym. (2018, s. 28) esittävätkin kysymyksen, kuinka kauan lentomatkat on vielä sosiaalisesti hyväksyttävää ilmastokeskustelun kiihtyessä (Räikkönen ym., 2018, s. 28). Jos lentämisen aiheuttamat ilmastopäästöt ahdistavat, voi helpompi ratkaisu olla jäädä kotiin ja viettää lyhyt loma tutuissa kotioiloissa. Samaan aikaan ulkomaanmatkailu ja lentäminen ovat kuitenkin paradoksaalisesti kasvussa Suomessa (Tilastokeskus 2019; Urpelainen, 2018).

Kestävän matkailun taustalla vaikuttavat tekijät ovat luoneet myös muita vaihtoehtoisia matkailun muotoja staycationin lisäksi. *Lähimatkat*-ilmiö (*proximity tourism*) nousi pinnalle keskustelun lisääntyessä matkustamisen ympäristövaikutuksista, minkä vuoksi lähimatkat kaavaillaankin yhdeksi kestävä matkailun muodoksi (Diaz-Soria, 2016, s. 3–4; ILA-hanke). Lähimatkat on vapaa-ajanviettoaktiviteettien kokemista kotialueella, sisältäen usein päivävierailuja kaupungin sisällä ja kaupungista maaseudulle (Bertacchini, Nuccio & Durio, 2019, s. 3; Jeuring & Haartsen, 2016, s. 1). Yannopoulos ja Rotenbergin (2000, s. 43) mukaan lähimatkatilijat saapuvat korkeintaan kahden tunnin matkustusajan päästä matkakohteesta. Staycation-lomailu on itseasiassa yksi lähimatkatilun muoto, ja joskus käsitteitä käytetään limittäin niiden yhtäläisyyden vuoksi.

Staycation-ilmiöön voi liittää samoja motiiveja ja toimintatapoja kuin lähimatkatilussa. Lähimatkatilun motiiveja ovat kohteiden helppo saavutettavuus, lyhyt matkustus aika sekä uusien kokemusten löytäminen lähialueilta (Jeuring & Haartsen, 2016). Uusien kokemusten löytäminen lähialueilta voi mahdollistua turistin roolin ottamisen kautta (Diaz-Soria, 2016). Lähimatkatilun on staycationin tavoin myös mukautumista yhteiskunnallisiin muutoksiin: matkustamisen kallistuessa kansainvälisten talouskriisien aikaan matkakohteita aletaan etsiä lähempää kotia (Diaz-Soria, 2016, s. 3–4). Jeuring ja Haartsenin (2016, s. 2) mukaan staycation on lähimatkatilun äärimmäisin muoto, koska silloin lomaa varten ei poistuta ollenkaan kotoa (Jeuring & Haartsen, 2016, s. 2). Kuten aiemmat staycationin määrittelyt kuitenkin osoittavat, staycationia ei tarvitse määritellä tiukasti kotona vietetyksi lomaksi, vaan se voi sisältää myös yöpymisen tai vapaa-ajan aktiviteetit kodin lähiympäristössä.

Kotimaanmatkailulla on vankka jalansija suomalaisten matkailutavoissa. Vuonna 2018 suomalaiset tekivät 6,8 miljoonaa maksullisen yöpymisen sisältävää kotimaanmatkaa. Luvut ovat kasvaneet edellisvuodesta. (Tilastokeskus, 2019.) Suomalaisten kiinnostus



paikallisuutta kohtaan on kasvussa, minkä vuoksi lähellä olevat matka- tai vierailukohteet alkavat kiinnostaa mahdollisuutena uusiin elämyksiin (Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys, 2019). Staycation-matkailu luokitellaan kotimaanmatkailuksi, koska siinä ei poistuta kotimaasta, saati omasta kotiympäristöstä. Staycation-loma tuo siis matkailutuloja kotikaupunkiin ja paikallisille yrittäjille (James ym., 2017, s. 397). Staycation on siten uutena ilmiönä lujittamassa kotimaanmatkailun asemaa. Staycation voi myötävaikuttaa matkailun vastuullisuuteen muutenkin kuin ympäristövaikutuksillaan, jos staycationia markkinoidaan paikallistoimintana sekä alueellisen talouden, paikallisen kulttuurin ja sosiaalisten verkostojen voimistajana (Jeuring & Haartsen, 2016, s. 3).

Staycation-käsitteen rajaaminen on yllättävän haastavaa. Kotimaanmatkailuun kuuluu oman kotimaan rajojen sisäpuolella tehdyt matkat (Davison & Ryley, 2016, s. 78). Staycation kuitenkin haastaa kodin käsitteen: miten koti rajataan? Kodin määritelmä ei ole enää kovin selvärajainen, koska yhteiskunnalliset muutokset, kuten ihmisten lisääntynyt liikkuvuus sekä yhteiskunnan teknologisoituminen, hämärtävät arjen ja matkailun rajoja (Cohen & Cohen, 2012, s. 2181). Jos koti onkin valtion rajan tuntumassa, ja on tottunut matkustamaan rajan yli viereisen valtion tuttuun kaupunkiin, voiko toimintaa kutsua staycationiksi? Näin voi tapahtua esimerkiksi matkustettaessa Suomessa Helsingistä Tallinnaan tai Tornioista Haaparantaan.

Yllä kuvailtujen matkailuilmiöiden nouseminen yleiseen, kansainväliseen keskusteluun kuvastaa yhteiskunnallista arvojen muutosta maailmalla. Matkailun ajurina toimiva hedonismi eli hyvän elämän ja nautinnon tavoittelu on edelleen vallalla (ks. Franklin & Crang, 2001, s. 14). Kuitenkin globaalit yhteiskunnalliset muutokset, kuten ilmastonmuutos, ajavat ihmisiä uudelleenarvioimaan omia matkustustarpeitaan ja miettimään niiden mahdollista muokkaamista enemmän ajan henkeen sopiviksi. Staycation-matka tyydyttää edelleen tarvetta päästä lomatunnelmaan, jota täytyy kuitenkin etsiä mahdollisesti lähempää kuin ulkomaanmatkalta.

Edellä esitelty aiempi tutkimus on tuottanut arvokasta ymmärrystä staycationista ilmiönä. Vaikka Besson (2017) tutki yhtenä tutkimuksensa osana diskurssianalyysillä staycationin ilmenemistä englanninkielisissä lifestyle-artikkeleissa, hänen tutkimuksensa yhdessä muun aiemman tutkimuksen kanssa eivät kuitenkaan käsittele sitä, miten matkailijat *luovat* ilmiötä, eli miten he puhuvat staycationista, miten he nimeävät staycationin, millaisia piirteitä he

yhdistävät siihen tai millaisia merkityksiä he staycation-matkoilleen antavat kielellisesti. Aiemman tutkimuksen perusteella staycationia on tutkittu enemmän Yhdysvalloissa kuin muualla maailmassa. Atlantin takaa tullut näkökulma staycationiin on kuluttajakeskeinen ja kapitalismin ajama. Staycation ei kuitenkaan Suomessa ole syntynyt talouskriisin helpottajaksi, vaan staycation yhdistetään enemmän elämystalouden kasvuun sekä vastuulliseen- ja luksushakuiseen kulutukseen arjessa (Urpelainen, 2018; Räikkönen ym., 2018, s. 28). On siis oleellista selvittää, miten suomalaiset staycation-matkailijat luonnehtivat ilmiötä.

Koska aihe on niin globaalisti kuin Suomessakin ajankohtainen matkailualan murroksen vuoksi, on tärkeää selvittää miten staycation rakentuu nimenomaan suomalaisissa sosiaalisissa käytännöissä. Staycation-ilmiön piirteet ja rakentuminen Suomessa tuovat ilmiön tarkasteluun uutta näkökulmaa matkailuilmiöiden rakentuessa ja ilmentyessä aina kulttuurisidonnaisesti (ks. Besson, 2017; Franklin, 2003, s. 23; Räikkönen ym., 2018). Erityisesti sosiaalisen median ja bloggauskulttuurin sekä matkailun globaalien muutosten näkökulmat ohjaavat tutkimustani taustalla vaikuttavan sosiaalisen konstruktioismin maailmankuvan kanssa. Tutkimukseni tarkoitus on vahvistaa ja laajentaa vielä niukkaa tutkimuksellista näkökulmaa staycationista. Tämä luo uutta ymmärrystä staycationin luonteesta tuoreena kotimaan- ja lähimatkailun muotona. Kotimaanmatkailun kasvaessa myös staycation-ilmiöllä on mahdollisuus kasvaa. Staycationin kasvuun voi vaikuttaa lifestyle-blogien rooli ihmisten välisen vuorovaikutuksen ja merkitystenantojen mahdollistajana, koska staycationista puhutaan paljon suomalaisissa lifestyle-blogeissa. Lifestyle-blogit toimivat tutkimukseni empiirisenä aineistona.

## **2.4 Lifestyle-blogit ja bloggauskulttuuri**

### *Blogit sosiaalisen median osana*

Sosiaalinen media on tuonut uutta väriä perinteisten joukkotiedotusvälineiden, kuten sanomalehtien, television ja radion viestintäkanavien kirjoon. Se on oleellinen ja välttämätön osa tuhansien miljoonien ihmisten elämää nykypäivänä (Kent & Li, 2019, s. 1). Sosiaalinen media on mikä tahansa interaktiivinen viestintäkanava, joka mahdollistaa verkostomaisen vuorovaikutuksen ihmisten välillä (Kent, 2010, s. 645, Kent & Li, 2019, s. 3 mukaan).

Sosiaalisessa mediassa ihmiset toimivat sisällöntuottajina ilmaisten itseään, ajatuksiaan ja kokemuksiaan verkossa (Akehurst, 2008, s. 54).

Blogit ovat ensimmäisiä sosiaalisen median alustoja (Kent & Li, 2019, s. 3). Blogit tulivat osaksi sosiaalista mediaa ja internetiä 1990-luvun puolivälissä (Akehurst, 2008, s. 52; Hookway, 2008, s. 106; Hänninen, 2015, s. 54). Vasta kuitenkin 2000-luvun alussa blogien suosio kasvoi merkittävästi (Akehurst, 2008, s. 52; Hsu & Lin, 2008, s. 65; Hänninen, 2015, s. 55). Sittemmin blogimaailmasta on muotoutunut nopeasti oma kulttuurinsa (*blogosphere*) (Hänninen, 2015, s. 55), jossa jaetaan tietoa ja ollaan vuorovaikutuksessa uudella tavalla (Hsu & Lin, 2008, s. 65). Bloggauskulttuuri rakentaa yhteiskunnallista kulttuuria ja on kulttuurin rakentama (Sinanan, Graham & Jie, 2014, s. 201). Bloggauskulttuuriin kuuluu erilainen viestinnän tapa kuin toisiin sosiaalisen median kanaviin kuten Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp tai SnapChat. Näissä viestintä on lyhyempää, aikajänteisesti tiiviimpää (Akehurst, 2008, s. 55) ja tykkäyksien jakamiseen perustuvaa. Blogien päiväkirjamaisuus, persoonallisuus ja yhteisöllisyys kiehtovat internetkäyttäjiä. Erityisesti lifestyle-blogit ovat nykyajan suosittuja vaikutuskanavia (Hänninen, 2015).

### *Lifestyle-blogit*

Blogit ovat verkkosivumaisia alustoja, joihin julkaistaan säännöllisiä, yleensä melko lyhyitä julkaisuja. Julkaisut on aseteltu käänteiseen aikajärjestykseen, jolloin uusin julkaisu näkyy sivulla ensimmäisenä. (Nardi, Chiano, Gumbrecht & Swartz, 2004, s. 43; Schmidt, 2007, s. 1409.) Blogeissa jaetaan visuaalista materiaalia, pääasiassa tekstiä, mutta myös kuvia, videoita ja ääntä (Akehurst, 2008, s. 54; Kent & Li, 2019, s. 1; Schmidt, 2007, s. 1409, Sinanan ym., 2014, s. 202). Blogeissa muun muassa ilmaistaan tunteita ja ajatuksia, muodostetaan yhteisöjä, haetaan inspiraatiota, dokumentoidaan omaa elämää, kommentoidaan ajankohtaisia tapahtumia sekä viestitään kuulumisia perheelle ja läheisille (Nardi ym., 2004). Näiden toimintojen kautta blogit yhdistävät viestinnässään visuaalisia ja kulttuurisia resursseja (Sinanan ym., 2014, s. 201).

Blogit käsittelevät sisällöltään monipuolisesti erilaisia teemoja keskittyen usein yhteen valittuun teemaan, kuten esimerkiksi matkailuun, sisustamiseen, muotiin tai ruokaan. *Lifestyle-blogit* yhdistelevät näitä teemoja monipuolisesti niiden määrittäessä blogiksi, jotka käsittelevät nimensä (*lifestyle*=elämäntapa) mukaisesti blogin kirjoittajan, siis

bloggaajan, elämää. Lifestyle-blogit ovat Suomessa luetuimpia ja trendikkäitä itseilmaisun ja viestinnän kanavia nykypäivänä (ks. Karas, 2015). Lifestyle-blogien englanninkielinen nimitys on vakiintunut suomen kieleen, ja sitä käytetään terminä tutkimuskirjallisuudessaakin (ks. Noppari & Hautakangas, 2012, s. 18). Lifestyle-blogeissa kirjoitetaan laajasti nykyajan elintavoista ja kuluttamisesta esimerkiksi muodin, matkailun, ruoan, sisustamisen, perhe-elämän tai harrastusten teemojen kautta. Suomessa lifestyle-blogit ovat vallanneet alaa 2000-luvun puolivälistä lähtien (Hänninen, 2015, s. 55.) Lifestyle-bloggaus ja blogien lukeminen ovat nykyajan kuluttajuutta, kun blogialustoilla jaetaan esimerkiksi sisustus-, matkakohde-, tai tuotesuosituksia.

Bloggaajan persoona henkilökohtaisine ideoineen, ajatuksineen ja arkisine elämäntapahtumineen on lifestyle-blogien keskiössä (Hänninen, 2015, s. 55). Bloggaajat pitävät kuin julkista päiväkirjaa (Chittenden, 2010, s. 505; Schmidt, 2007, s. 1410) jakaen elämästään tekstin ja kuvien muodossa tarinoita, ajatuksia, mielipiteitä ja kokemuksia muille ihmisille, lukijoilleen (Hookway, 2008, s. 93; Schmidt, 2007, s. 1410). Blogien henkilökohtaisuus ja persoonallisuus selittävät olennaisesti blogien saamaa suosiota, koska lukijat pystyvät samaistumaan bloggaajiin esimerkiksi saman elämäntilanteen tai kiinnostuksenkohteiden kautta (Hänninen, 2015, s. 60). Itseilmaisun kautta bloggaajat voivat rakentaa ja ylläpitää omaa identiteettiään (Chittenden, 2010, s. 511; Sinanan ym., 2014). Nykyään suurin osa lifestyle-bloggaajista on naisia (Hänninen, 2015, s. 55; Schmidt, 2007, s. 1410).

Lifestyle-blogien persoonallisuus ja helppo saavutettavuus tekevät niistä suosittu nykypäivän vaikutuskanavan. Bloggaajilla on vaikutusvaltaa lukijoihinsa, minkä vuoksi erityisen vaikutusvaltaisia bloggaajia voidaan kutsua mielipidevaikuttajiksi (Hänninen, 2015, s. 60; Sinanan ym., 2014), tai suomalaisittain ”somevaikuttajiksi” (ks. esim. Manifesto, 2019). Mielipidevaikuttajia pidetään uskottavina, luotettavina, kunnioitettuina ja pidettyinä, ollen ikään kuin lukijoidensa ystäviä tai tuttuja (Hänninen, 2015, s. 60; Kozinets, Valck, Wojnicki & Wilner, 2010, s. 72). Lifestyle-blogiensä kautta bloggaajilla on mahdollisuus muovata lukijoidensa ymmärrystä ja motivaatioita esittämiinsä puheenaiheisiin liittyen (Muldoon & Mair, 2016, s. 466) esimerkiksi viestimällä uusista trendeistä lukijoilleen (Hänninen, 2015, s. 55). Omalla viestinnällään ja puhetavoillaan bloggaajat ovat myös mukana luomassa uusia trendejä (Lin & Huang, 2006).

Parhaimmillaan blogi voi saada paljon huomiota ja vaikuttaa merkittävästi yhteiskuntaan (Hsu & Lin, 2008, s. 65).

Mielipidevaikuttamisen kautta blogit kehittyvät julkisista päiväkirjoista nykyään yhä julkisempaan ja kaupallisempaan suuntaan yhä useampien bloggaajien tehdessä markkinointiyhteistyötä yritysten kanssa (Hänninen, 2015, s. 54–56; Kozinets ym., 2010, s. 71, 73). Tätä kutsutaan vertaismarkkinoinniksi (*word of mouth*), jossa bloggaajat suosittelemalla yrityksen tuotteita ja palveluja toisilleen samalla markkinoivat niitä (Kozinets ym., 2010, s. 71, 73). Kaupalliset lifestyle-blogit keskittyvät kuluttamiseen esittelemällä tuotteita ja palveluja markkinoivan tekstin lisäksi eri keinoin, kuten korkealaatuisin valokuvoin, videoin tai sivun muotoilulla (Sinanan ym., 2014, s. 202, 209). Markkinointiyhteistyön kautta bloggaajat voivat jopa työllistyä ja toimia yrittäjinä (Hänninen, 2015, s. 54; Karabacac & Genc, 2019, s. 869; Manifesto, 2019; Sinanan ym., 2014). Vertaismarkkinointia voidaan harjoittaa avoimen markkinointiyhteistyön lisäksi piilomarkkinointina, jolloin julkaisun kaupallisia tavoitteita ei kerrota lukijalle. Tämä on tuottanut paljon kritiikkiä bloggauskulttuurin eettisyydestä ja nakertanut bloggaajien uskottavuutta. (Hänninen, 2015, s. 57.)

Erityisesti matkailumarkkinoinnissa vertaismarkkinointi on tärkeää. Matkailukokemusten sisältäessä yleensä aineettomien palvelujen kulutusta, muiden ihmisten kokemukset ja suosittelut saavat suurempaa painoarvoa matkakohdevalintoja tehtäessä (Karabacak & Genc, 2019, s. 869; Schmallegger & Carson, 2007, s. 100). Siten monet majoituspalveluyritykset ovat alkaneet yhteistyöhön bloggaajien kanssa päästäkseen vertaismarkkinoinnilla lähemmäs kuluttajia. Hännisen (2015) mukaan kaupallinen yhteistyö on kehittynyt blogien yhteisöllisen luonteen pohjalta (Hänninen, 2015, s. 56). Läheinen vuorovaikutus blogeissa bloggaajien ja seuraajien kesken siten edistää markkinoinnin tehokkuutta.

Lifestyle-blogien yhteisöllisyys rakentuu, kun sekä vakiintuneet seuraajat että satunnaiset lukijat jakavat yhdessä bloggaajien kanssa sisältöä tekstin ja kuvien muodossa. Lukijoilla on mahdollisuus osallistua interaktiivisesti bloggauskulttuurin rakentamiseen kommentoimalla blogijulkaisuja (Hookway, 2008, s. 92: 96, Schmidt, 2007, s. 1409) ja olemalla näin vuorovaikutuksessa bloggaajan ja muiden lukijoiden kanssa (Nardi ym., 2004, s. 45). Blogeissa keskustellaan ja väitellään lukijoidenkin kesken blogijulkaisuun liittyvistä aiheista

(Hänninen, 2015, s. 62). Myös bloggaajat itse seuraavat toisia bloggaajia ja kommentoivat heidän blogejaan (Chittenden, 2010, s. 515). Bloggaajilla voi olla hyvin läheinenkin suhde lukijoihinsa (Hänninen, 2015, s. 54), mikä voi luoda ystävyysuhteitakin. Vuorovaikutuksen luoma yhteisöllisyys luo bloggauskulttuurissa yhteenkuuluvuuden tunnetta (Hsu & Lin, 2008, s. 74).

Tutkimusintressinä olevan staycation-ilmion osalta on kiinnostavaa, kuinka lifestyle-bloggauksen kautta bloggaajat luovat ja rakentavat staycationia blogijulkaisuissaan kielellisesti tietynlaiseksi ja esittävät sen haluamallaan tavalla. Bloggaajien rooli mielipidevaikuttajina (Hänninen, 2015, s. 60; Sinanan ym., 2014) ja viestijöinä osaltaan vaikuttaa siihen, miten lukijat tulkitsevat nämä esitykset ja inspiroituvatko he mahdollisesti kokeilemaan staycationia (ks. Muldoon & Mair, 2016, s. 466). Blogeissa staycationin kaltaiset sosiaaliset ilmiöt rakentuvat kielenkäytössä diskursiivisesti määritellen vahvasti kielenkäyttöämme ja sosiaalista toimintaamme.

### 3. ILMIÖIDEN DISKURSIIVINEN RAKENTUMINEN

Sosiaalisen konstruktionismin paradigman mukaan erilaiset ilmiöt rakentuvat ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Tässä vuorovaikutuksessa oleellisena tekijänä toimivat diskurssit, jotka erilaisilla merkityksellistämisen tavoilla rakentavat ja muuttavat sekä kielenkäyttöä että sosiaalista toimintaa. Bloggauskulttuurilla on oma roolinsa ilmiöiden rakentumisen paikkana ja vuorovaikutuksen mahdollistajana. Tutkimukseni teoriaohjaava lähestymistapa nojaa sosiaaliseen konstruktionismiin ja diskurssiteorioihin.

#### 3.1 Sosiaalinen konstruktionismi ja diskurssit

Tutkimukseni taustalla vaikuttaa näkemys maailman sosiaalisesta rakentumisesta, *sosiaalisesta konstruktionismista*. Sosiaalisen konstruktionismin mukaan sosiaalinen maailma rakentuu ja muokkautuu diskursiivisesti kielen kautta vuorovaikutuksessa (Buttle, 1998, s. 64–67; Gergen, 1999; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 9). Sosiaalisen maailman rakentuminen, muuntuminen ja ylläpito on prosessi, jota tuotetaan jatkuvasti dynaamisissa sosiaalisissa käytännöissä (Jokinen ym., 1993, s. 22). Ymmärrys sosiaalisesta maailmasta rakentuu aina yksilökohtaisesti, minkä takia ei ole olemassa yhtä, vaan useita todellisuuksia ja ymmärryksiä niistä. Sosiaalisen maailman diskursiivisuus syntyy viestinnässä kielen avulla, kun ymmärrystä ja tietoa maailmasta välitetään ihmisten kesken (Buttle, 1998, s. 65; Gergen, 1999, s. 47–48). Näin viestintä tuottaa ja ylläpitää erilaisia *diskursseja* eli puhetapoja eri aiheista.

Diskurssin käsite jaetaan yleensä sekä yksikölliseen että monikolliseen diskurssiin. Yksiköllinen diskurssi tarkoittaa mitä tahansa puhetta, kirjoitusta tai viittomista (Johnstone, 2008, s. 3, 29), eli kielenkäyttöä resurssina sosiaalisessa ja tilanteisessa toiminnassa (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 19). Monikolliset diskurssit puolestaan ovat yleistä diskurssia spesifimpiä, yleensä sosiaalisesti jaettuja puhetapojen kokonaisuuksia, jotka toimivat säännönmukaisesti välittäen merkityksiä puhutusta asiasta. Nämä puhetavat rakentavat kielenkäytön keinoin sosiaalista todellisuutta tietynlaiseksi. (Jokinen ym., 1993, s. 27; Pynnönen, 2013, s. 7–8.) Tutkimuksessani tarkastelen näitä monikollisia diskursseja. Diskurssien kautta merkityksellistetään ja kuvataan asioita, ilmiöitä ja tapahtumia tietystä näkökulmasta ja tietyllä tavalla (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 19). Näiden näkökulmien vakiintuessa puheeseen sosiaalinen maailma voi alkaa näyttäytyä normatiivisena, kuin

ennalta määrättyinä (Gergen, 1999, s. 49–50). Diskursseja rakennetaan, muunnetaan ja uusinnetaan sosiaalisessa toiminnassa, mitä kautta diskurssit tuottavat, uusintavat ja heijastavat sosiaalista todellisuutta (Jokinen ym., 1993, s. 22).

Diskurssit voivat ilmetä kirjoitettuna, puhuttuna, viitottuna, tai vaikkapa piirrettynä. Diskurssit voivat yhdistää eri ilmaisumuotoja sisältäen lisäksi esimerkiksi ääntä, kuvaa tai liikettä. (Johnstone, 2008, s. 195; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 16.) Diskurssien rakenne ja toiminta voivat vaihdella ilmaisumuodon mukaan tuottaen puhutusta asiasta erilaisia merkityksiä (Johnstone, 2008, s. 195). Tutkimuksessani tutkin staycation-ilmiötä rakentavia sekä kielellisiä että visuaalisia eli kuvien kautta välitettyjä diskursseja. Nämä ovat erilaisia puhetapoja, joilla staycationista välitetään merkityksiä kielenkäytössä ja visuaalisesti. Diskurssit rakentavat staycationia tietynlaisena sosiaalisena toimintana bloggauskulttuurin välittämänä.

Kielenkäytöllään ihmiset välittävät viestejä, joiden avulla he pyrkivät kuvaamaan, esittämään ja selittämään asioita sekä maailmaa, jossa he elävät (Buttle, 1998, s. 64–67; Potter, 1996, s. 97). Ihmisten toimijuus ja identiteettirollit ohjaavat kielenkäyttöä ja sitä, miten eri asioista puhutaan (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 25–27). Kielenkäytössä toimijat antavat kuvauksilla merkityksiä asioille, joista puhutaan tai kirjoitetaan. (Buttle, 1998, s. 64–67; Jokinen ym., 1993, s. 18). Kielenkäytössä välitetyillä kuvauksilla rakennetaan, järjestetään, uusinnetaan ja muunnetaan diskursseja ja sitä kautta sosiaalista maailmaa. (Buttle, 1998, s. 64–67; Jokinen ym., 1993, s. 9, 18).

Puheeseen tai tekstiin valitut sanat lataavat sanan kohteelle erilaisia merkityksiä ja oletuksia kohteen luonteesta (ks. Johnstone, 2008, s. 22). Sosiaalisen viestinnän ja toiminnan tuottamat merkitykset tulkitaan subjektiivisesti ja aina jossakin kontekstissa, tilanteessa ja roolissa (Buttle, 1998, s. 66, 69–70; Potter, 1996, s. 97; Pynnönen, 2013, s. 6). Merkitykset syntyvät tilanteisesti ihmisten muodostamina yhteisten sopimusten, neuvottelujen ja vahvistusten kautta (Gergen, 1999, s. 48; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 5). Siten kielenkäyttö muodostuu sosiaalisesti ja kulttuurisesti, joten kieltä tutkimalla opitaan yhteiskunnasta ja kulttuurista. Kielenkäytöllä on vaikutuksia ja seurauksia, jotka tuottavat tulevaa historiaa ja yhteiskuntaa. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 7.)



Kielenkäyttö on ensisijaisesti viestintää, jolla luodaan merkityksiä organisoimalla vaikutusvaltaisia representaatioita eli ”kuvia” tai kuvauksia aiheesta tai toiminnasta, siihen liittyvistä toimijoista, heidän välisistä suhteistaan sekä identiteeteistä (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 44–46; Pynnönen, 2013, s. 17–18). Representaatiot ovat rakennettuja, ja ne myös itse rakentavat erilaisia versioita todellisuudesta. Nämä versiot ovat aina järjesteltyjä ja tuotettuja, sisällöltään ja rakenteeltaan eroavia. Kohteesta annettu representaatio voi aina olla toisenlainen. (Gergen, 1999, s. 34; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 44–46; Potter, 1996, s. 97–98.) Representaatio on diskursiivisen merkityksellistämisen prosessin lopputulos: se kuva, joka tapahtumasta tai ilmiöstä diskursiivisen kielenkäytön perusteella rakentuu. Representaatio on rakennettu aina jostain näkökulmasta, joka esittää ilmiön tietynlaisena. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 44–46.) Diskurssit siis muodostavat puheenaiheesta representaatioita. Tutkimukseni pääfokus onkin tutkia, millaista representaatiota diskurssit rakentavat staycationista matkailuilmionä.

Välitetyt diskursiiviset kuvaukset rakentuvat sosiaalisessa toiminnassa kontekstuaalisesti ja tilanteisesti (Jokinen ym., 1993, s. 30; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 25–28; Potter, 1996, s. 111; Rose, 2012, s. 220). Kontekstiin luetaan niin kielenkäytön sosiaalinen tilanne, aika ja paikka kuin myös läsnä olevat arvot, normit ja rutiinitkin (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 5). Toiminnan saama merkitys tulkitaan aina kontekstissaan, minkä vuoksi usein kuvaukset ovat merkitykseltään monitulkintaisia usealla kontekstitasolla (Buttle, 1998, s. 70). Kontekstilla voidaan viitata eritasoisiiin ilmiöihin: asiayhteyteen, vuorovaikutustilanteeseen, toimintaympäristöön tai yhteiskunnalliseen tilaan (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 20–22). Kielellinen toiminta on erilaista eri konteksteissa, jolloin kieli tulkitaan, ymmärretään ja sitä voidaan käyttää erilaisilla rajoituksilla kontekstista riippuen. Konteksti säätelee, mitä valintoja voi tehdä ja miten kieltä voi käyttää tietyssä tilanteessa. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 25–28.)

Diskursseihin, ja erityisesti kriittiseen diskurssintutkimukseen, kuuluu olennaisesti valtakäsite (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 6, 13). Valta näkyy diskurssien hegemonisessa eli vallitsevassa luonteessa. Vallitsevuus ohjaa pitämään asioita luonnollisina sellaisina kuin ne esitetään. (Johnstone, 2008, s. 54–55.) Diskurssit ovat siten myös normatiivisia: ne ohjaavat tiedostamatta toimimaan ja ajattelemaan tietyllä tavalla (Johnstone, 2008, s. 3; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 32). Sosiaalisessa toiminnassa valtaa käytetään myös tietoisesti hyödyntämällä omaa asemaa ja kielenkäytön resursseja. Siten voidaan välittää viestejä,

joiden tarkoitus on saada toiset ihmiset toimimaan tai ajattelemaan halutulla tavalla (Rose, 2012, s. 192). Tutkimuksessani huomioin bloggaajilla olevan vaikutusvallan merkityksen staycation-ilmion rakentumisessa. Bloggaajilla on vaikutusvaltaa lukijoidensa toimintaan ja ajatteluun kirjoittamiensa tekstien diskursiivisuuden kautta (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 41). Bloggaajien kirjoitukset staycationista vaikuttavat heidän lukijoidensa mielikuviin, ajatuksiin ja asenteisiin staycation-ilmioistä matkailumuotona. Seuraavassa alaluvussa käsittelen tarkemmin, kuinka diskurssit rakentuvat juuri bloggauskulttuurin sosiaalisessa toiminnassa.

### **3.2 Blogien diskurssit ilmiöiden rakentajana**

Blogit ovat mukana rakentamassa uusia matkailuilmioita. Kuten aiemmin jo tuli esille, artikkelissaan Germann Molz (2009, s. 281) argumentoi Yhdysvaltojen median luoneen yhdessä palveluntarjoajien kanssa koko staycation-ilmion vuonna 2008 kirjoituksillaan ja mainonnallaan (Germann Molz, 2009, s. 281). Mediassa käytetyt puhetavat eli diskurssit siis vaikuttivat kansalaisiin niin, että staycation-tyyppistä matkailutoimintaa mahdollisesti alettiin toteuttaa. Lin & Huang (2006) tarkastelivat samanlaista blogin antamaa alkusysäystä uudelle matkailutrendille tutkiessaan, kuinka Kreikka muuttui suosituksi matkakohteeksi taiwanilaisille yhden matkablogin luoman innostuksen ansiosta.

Blogit ovat diskursiivisia tiloja, kun erilaisia puhetapoja käytetään sekä bloggaajien julkaisuissa että yhteisön sisäisessä vuorovaikutuksessa (Chittenden, 2010, s. 505–506). Näiden puhetapojen sisältämät merkitykset muokkaavat lukijan mielikuvaa ja ajatuksia puheenaiheesta tietynlaisiksi joko tietoisesti tai tiedostamatta (ks. Kozinets ym., 2010). Bloggaajan viestinnällä blogiteksteissä on tavoitteita, jotka muokkaavat viestintää (Schmidt, 2007, s. 1411). Blogitekstin tavoitteita voivat olla esimerkiksi tiedon tai kokemusten jakaminen tai keskustelun herättäminen (Hsu & Lin, 2007, s. 65). Bloggeissa paljon harrastettu vertaismarkkinointi muuttaa bloggaajan totuttua puhetapaa muuttaen vuorovaikutuksen sävyä tarkoituksellisesti suostuttelevammaksi ja mainostavammaksi (Kozinets ym., 2010, s. 83).

Pietikäisen ja Mäntynen (2019) mukaan blogiteksti on yksi genre, joka sisältää vakiintuneita kielenkäytön tapoja, jotka rakentavat sosiaalista toimintaa tietyssä kontekstissa. Muita genrejä ovat esimerkiksi kertomus, arvostelu tai uutinen. Genre tarkoittaa kategoriaa tai

luokkaa, jossa samankaltaista kielenkäyttöä sisältävä sosiaalinen toiminta tapahtuu (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 63–64). Johnstone (2008, s. 208–209) käsittelemä viestintäkanava-käsite (*medium of communication*) tulee hyvin lähelle Pietikäisen ja Mäntynen (2019) genren käsitettä, käsitellen viestintäkontekstiin kuuluvia teknologisia, sosiaalisia ja kielellisiä käytänteitä, jotka ohjaavat sosiaalista toimintaa viestintäkanavassa (Johnstone, 2008, s. 208–209). Genret ovat tiukasti yhteydessä tiettyihin sosiaalisiin ja yhteiskunnallisiin konteksteihin, kuten blogiteksti on blogeihin ja sosiaaliseen mediaan. Genren mukainen teksti on normien säätelemää, esimerkiksi millainen tekstin rakenne ja kieli(tyyli) voi olla, ja millainen sosiaalinen ja diskursiivinen toiminta on mahdollista kussakin kontekstissa. Genret siis mahdollistavat tai rajaavat diskursseja ja niiden toimintaa kielessä. Genret voivat esiintyä tietyissä konteksteissa, kuten blogiteksti voi esiintyä vain blogeissa. Blogiteksteissä sosiaalista toimintaa ei ole vain bloggaaminen, vaan myös blogitekstien lukeminen ja kommentointi tai yritysten mainonta. Genren sisältämät tekstit ovat keskenään erilaisia, mutta niissä on yhteneviä ominaisuuksia, joista genren voi tunnistaa. Kielen jäsenitys, tyyli, kielioppi, sanasto, tekstin asettelu sekä värien ja muotoilun valinnat ovat tällaisia ominaisuuksia. Internetissä blogitekstinkin erottaa muusta internetsisällöstä yhteneväisten genren ominaisuuksien ja blogeille ominaisten puhetapojen vuoksi. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 63–68, 73.)

Blogeilla on ihan oma diskurssinsa, verkkodiskurssi (*online discourse*) (Johnstone, 2008, s. 20). Verkkodiskurssi on yhteisön jakama puhetapa verkkokontekstissa, mikä vaikuttaa tekstin jäsentelyyn ja sosiaaliseen toimintaan. Diskurssi muotoutuu kontekstissa sen mukaan, mitä siellä oletetaan puhuvan, kuulevan, kirjoittavan tai lukevan. (Johnstone, 2008, s. 162.) Erilaisilla konteksteilla on omat säännönmukaiset kirjoitustapansa eli diskursiiviset käytänteet (Johnstone, 2008, s. 209; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 34). Bloggauskulttuuri rakentaa yhteisöllisen kontekstin, eli verkossa toimivan rajatun yhteisön, jolla on yhteiset kielenkäytön ja sosiaalisen toiminnan tavat (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 25–28). Diskurssiyhteisön jäsenien on helpompaa ymmärtää sosiaalista toimintaa, jota blogeissa tapahtuu. Diskurssiyhteisöt koostuvat ihmisistä joiden kanssa kommunikoidaan säännöllisesti samassa kontekstissa, samasta aiheesta ja joiden odotukset käytetystä diskurssista ovat yhteneviä (Johnstone, 2008, s. 129, 133, 195–196). Verkkoympäristö voi mahdollistaa diskurssiyhteisöjä, joiden olisi muuten hankalaa toimia esimerkiksi maantieteellisen etäisyyden vuoksi (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 37).

Verkossa käytetään erilaisia kielenkäytön tapoja, jotka tekevät teksteistä entistä visuaalisempia (Johnstone, 2008, s. 195–196; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 37). Uusia ulottuvuuksia kielen tuottamiseen tuovat esimerkiksi emoji, kuvat ja tekstin muotoilu (fontit, lihavoinnit, kursivoinnit, isot kirjaimet) (Johnstone, 2008, s. 195–196). Kuvat ovat yksi ilmaisumuoto, jossa diskursiiviset rakenteet ovat näkyvillä. Kuvat ilmentävät tekstin tavoin sosiaalista toimintaa, ja ne sisältävät myös valintoja, joita kuvaaja on tehnyt kuvatessaan kohdettaan. Kuvat voidaan tuottaa, valita ja järjestää eri yleisöjä varten eri lailla, mikä tuottaa uusia merkityksiä eri konteksteissa. (Rose, 2012, s. 195, 213, 221.) Tutkimuksessani tutkin kuvien visuaalisia diskurssien tuottamisen tapoja, joskaan se ei ole pääfokukseni.

Uudet kielenkäytön tavat tuovat uusia mahdollisuuksia viestintään helpottaen ja rikastuttaen ilmaisua uusia merkityksiä luoden. Mitä enemmän tekstiä ehditään suunnitella ja muokata viestintää varten, sitä enemmän tekstin antamia merkityksiä voidaan hallita (Johnstone, 2008, s. 210). Blogeissa tekstin huolellinen suunnittelu on olennainen osa bloggaamista. Suunniteltu teksti tuottaa suunniteltuja diskursseja, jotka ovat muodoltaan kielellisesti moniulotteisempaa, selkeämpää, siistitympää ja tiiviimpää ilmaisua (Johnstone, 2008, s. 213). Tekstin muotoilu yleisölleen sopivaksi ja kiinnostavaksi vaatii suunnittelua (Johnstone, 2008, s. 18).

Kirjoittajan status antaa lisämerkitystä blogijulkaisun sanomalle. Jos bloggaajalla on auktoriteettia bloggauskulttuurissa, hänen viestintänsä otetaan vakavammin. (Potter, 1996, s. 115). Sosiaalinen status tuo bloggaajalle vaikutusvaltaa (Foucault, 1972, s. 50–52, Rose, 2012, s. 220 mukaan; Johnstone, 2008, s. 130), jota hyödyntämällä ja valitsemillaan kielenkäytön tavoilla bloggaaja rakentaa todellisuutta, kuten puheena olevaa ilmiötä (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 11). Merkityksellistämällä puheenaihetta, tässä tapauksessa staycationia, systemaattisesti tietystä näkökulmasta ja tietyllä tavalla, rakentuu ilmiöstä tietty kuva. Näin diskurssit tuottavat puhumisen kohdetta. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 40.) Lin & Huangin (2006) tapauksessa blogitekstien ja niiden visuaalisuus loivat diskurssin, joka antoi positiivisen representaation Kreikasta matkakohteena, mikä kerrottiin kasvattaneen matkustusmotivaatiota. Viestintänsä kautta bloggaajat vaikuttavat tiedon, ideoiden ja asioiden leviämiseen bloggauskulttuurissa (Schmidt, 2007, s. 1416).

### 3.3 Diskurssiteorian rooli tutkimuksessani

Tutkimuksessani on teoriaohjaava ote aineiston analyysiin. Teoriaohjaavuus tarkoittaa analyysitapaa teorialähtöisen ja aineistolähtöisen analyysitavan välillä. Tuomi ja Sarajärven (2009, s. 117–118) mukaan teoriaohjaavassa analyysissä valitut teoreettiset käsitteet vaikuttavat analyysiin ohjaten, millaisia asioita aineistosta etsitään. Teoriaohjaavuus antaa kuitenkin tilaa aineistosta ilmeneville ulottuvuuksille, jotka eivät kuulu valittuun teoreettiseen viitekehukseen. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 96, s. 117–118.) Täten teoriaohjaava ote antaa analyysille lähtökohdat mahdollistaen samalla uusien merkitysten ilmenemisen aineistosta.

Teoriaohjaavuus näkyy tutkimuksessani sosiaalisen konstruktionismin paradigman ja diskurssiteorian käsitteiden vahvana läsnäolona. Tutkimusprosessin alusta asti sosiaalisen konstruktionismin paradigma on ohjannut tutkimuksessa tehtyjä valintoja ja otettuja näkökulmia. Oleellinen lähtökohta tutkimukselle oli uskomus siitä, että matkailuilmiöt rakentuvat sosiaalisesti ihmisten välittämien merkityksenantojen kautta kielessä ja sosiaalisessa toiminnassa. Diskurssitutkimuksessa sosiaalinen konstruktionismi näkyy selvästi tutkimussuuntausta ohjaavana paradigmana (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 9). Siten analyysiani ohjaa vahvasti diskurssiteorian teoreettiset näkemykset. Tutkimuskysymykset ovat johdettu diskurssiteorian käsitteiden pohjalta.

Kuitenkin, sosiaalisen konstruktionismin ja diskurssiteorioiden perusideoiden vaikuttaessa ajatteluni taustalla, aineistoa käsitellessäni en käyttänyt olemassa olevia matkailun teoreettisia analyysikehyksiä ohjaamaan analyysia, vaan halusin antaa tutkimusaineistolle ääntä tutkimuksessani. Valmiiksi olemassa olevan teorian käyttäminen ei välttämättä antaisi tilaa yllättävien asioiden esiin nousemiselle aineistosta (Johnstone, 2008, s. 270). Staycationista ei ole vielä paljoa tutkimustietoa, minkä vuoksi aineistokeskeisyys auttaa ymmärtämään uutta ilmiötä paremmin sellaisena kuin se ilmenee lifestyle-blogeissa. Siksi analyysi eteni aineiston ehdoilla, siitä löytyviä ulottuvuuksia painottaen. Tässä prosessissa sosiaalisen konstruktionismin paradigma ja diskurssiteorian käsitteet auttoivat minua käsittämään tutkittavaa ilmiötä (vrt. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 31).

## 4. DISKURSSIANALYYSI BLOGIAINEISTOSTA

Yksi tapa ymmärtää staycation-ilmiötä on käyttää empirian lähteenä internetin sosiaalisia viestintäkanavia. Siksi olen valinnut aineistokseni staycation-ilmiötä käsitteleviä suomenkielisiä lifestyle-blogien julkaisuja. Keräämästäni ja systemaattisesti rajaamastani aineistosta hahmotan erilaisia puhetapoja staycationista käyttämällä tutkimusmenetelmänä diskurssianalyysia. Valitsemani menetelmä antaa mahdollisuuden tarkastella staycation-ilmiön rakentumista kielellisesti ja visuaalisesti. Tutkijana minun tulee ottaa huomioon roolini todellisuuden tuottajana.

### 4.1 Blogiaineiston valinta, rajaaminen ja eettinen käyttö

Diskurssianalyysia varten keräsin suhteellisen pienen aineiston, kuten laadullisessa tutkimuksessa usein tehdään (Johnstone, 2008, s. 2; Rose, 2012, s. 199). Tämän tarkoituksena on tehdä aineistosta yksityiskohtaista, tarkkaa analyysia ilmiön eri ulottuvuuksien syvälliseksi ymmärtämiseksi, minkä takia aineisto ei voi olla kovin laaja. Empiirisenä aineistona tutkimuksessa käytän 14 lifestyle-blogijulkaisua, jotka keräsin blogit.fi -blogialustalta hakusanalla ”staycation”. Julkaisut on kerätty aikavälillä 03.11.2019–23.03.2020. Blogit.fi -blogialustalla ensimmäiset julkaisut staycationista on tehty vuonna 2016. Tähän tutkimusaineistoon valikoituneet blogijulkaisut on kuitenkin julkaistu vuosien 2018–2020 välillä, koska ne olivat aiheeltaan relevantimpia ja käsitelivät staycationia laajemmin kuin aiemmin julkaistut blogijulkaisut. Julkaisut ovat hyvin tuoreita, koska staycationin on uusi ilmiö sosiaalisessa mediassa.

Alla oleva taulukko (taulukko 1) kuvaa valitun aineiston ominaisuuksia. Taulukkoon on merkitty julkaisun järjestysnumero sekä bloggaajan pseudonymisoitu eli toiseksi muutettu nimi, joilla viitataan aineistoteksteihin. Lisäksi taulukosta ilmenee blogijulkaisun yleinen aihe, koko kyseessä olevan lifestyle-blogin teemallinen painotus, julkaisussa kuvatut toimijat sekä kaupallisen yhteistyön mahdollisuus. Käsitelen bloggaajien käyttäjänimien pseudonymisointia myöhemmin tässä luvussa. Kaikki bloggaajat ovat naisia, vaikka heidän kumppaninsa on voinut olla mukana blogin tuottamisessa, kuten Tonin ja Roosin (blogi 8) blogissa. Valitut blogijulkaisut käsittelevät staycationia matkailuilmiönä ja sisältävät tarinoita staycation-kokemuksista bloggaajien kotikaupungeissa. Suurin osa blogijulkaisuissa kuvatuista staycation-lomista on vietetty Etelä-Suomessa. Aineiston

blogijulkaisut kertovat kirjoittajien elämästä erilaisilla painotuksilla. Jotkut blogit keskittyvät enemmän ruokaan, toiset matkailuun, perhe-elämään tai muotiin.

Julkaisussa nimettyjä toimijoita ovat esimerkiksi vanhemmat, pariskunnat, joilla on tai ei ole lapsia, ystävykset, perheet tai äidit lastensa kanssa. Taulukossa on eroteltu perheet ja vanhemmat. Perheet ovat koko perheen voimin viettäneet staycationia, kun taas vanhemmat ovat viettäneet staycationia kahdestaan ilman lapsia. Lapsien mainitseminen oli oleellista, koska pariskunnan kahdenkeskiselle ajalle staycationilla annetaan eri merkityksiä sen mukaan, onko pariskunnalla lapsia vai ei. Olen itse päättellyt blogijulkaisujen kontekstin perusteella, onko pariskunnalla lapsia, jos sitä ei ole tekstissä suoraan mainittu. Viisi blogijulkaisua on tehty kaupallisessa yhteistyössä hotellien kanssa. Tulen myöhemmin käymään läpi, miten otin kaupallisuuden mahdollisuuden huomioon analyysissäni.

Taulukko 1. Aineiston jaottelu ja pseudonyymit.

Julkaisun numero	Bloggaajien pseudonyymit	Blogijulkaisun aihe	Lifestyle-blogin painotus	Toimijat	Kaupallinen yhteistyö
1	Maija	Pariskunnan hotelliö	Matkailu	Pariskunta	EI
2	Kati	Vanhempien hotelliö ilman lapsia	Muoti	Vanhemmat	KYLLÄ
3	Maria	Kotona vietetty loma	Ei painotusta	Äiti	EI
4	Jenna	Äidin hotelliö ystävän kanssa	Ei painotusta	Äiti ystäväänsä kanssa	EI
5	Johanna	Vanhempien hotelliö ilman lapsia	Perhe, sisustus, ruoka	Vanhemmat	EI
6	Anna	Ravintolat ja aktiviteetit kotikaupungissa	Ruoka	Pariskunta	EI
7	Iiris	Kotikaupunkiin tutustuminen	Matkailu	Pariskunta	KYLLÄ
8	Toni & Roosa	Perheen hotelliö	Matkailu	Perhe	KYLLÄ
9	Aino	Vanhempien hotelliö ilman lapsia	Perhe	Vanhemmat	KYLLÄ
10	Tiia	Pariskunnan hotelliö	Ei painotusta	Pariskunta	EI
11	Liisa	Perheen hotelliö	Matkailu	Perhe	KYLLÄ
12	Ronja	Äidin hotelliö	Äitiys	Äiti yksin	EI
13	Kristiina	Äidin ja lapsen hotelliö	Matkailu	Äiti ja lapsi	EI
14	Satu	Tallinnan loma	Staycation	Äiti, lapset ja isoäiti	EI

### *Aineiston valinta ja rajaus*

Suomalaiset lifestyle-blogijulkaisut valikoituivat tutkimukseni aineistoksi, koska staycationista on julkaistu paljon bloggauskulttuurissa. Blogijulkaisuista on helposti havaittavissa toistuvia puhetapoja staycationista, mikä herätti kiinnostuksen tutkia ilmiötä tarkemmin juuri blogien kautta. Lisäksi blogit ovat ihmisille nykyajan suosittu itseilmaisun ja vuorovaikuttamisen kanava (Hänninen, 2015; Karas, 2015), minkä vuoksi blogeilla on myös potentiaalia luoda uusia ilmiöitä niiden vaikutusvallan ja helpon saavutettavuuden

avulla (Hänninen, 2015, s. 55; Lin & Huang, 2006). Blogien suosion takia eri aiheita käsitteleviä julkaisuja on löydettävissä runsaasti, jolloin niistä on mahdollista jäsenellä vakiintuneita sosiaalisesti rakentuneita puhetapoja, jotka rakentavat ilmiöitä eri näkökulmista. Esimerkiksi Chittenden (2010) on puhetapojen jäsentelyn kautta tutkinut, millaiseksi teini-ikäiset tytöt rakentavat identiteettiään muotibloggauksen kautta. Lisäksi blogien analyysissä etuna on, ettei tutkijalla ole osuutta aineiston tuottamisessa, koska blogit ovat olemassa jo ennen aineistonhankintaa ja analyysia (Hookway, 2008, s. 96; Stainton & Iordanova, 2017, s. 2).

Tutkijan on käytännössä mahdotonta lukea tai löytää kaikkia olemassa olevia blogeja. Siksi tulee asettaa rajauskriteerejä, jotka helpottavat blogijulkaisujen selausta ja valintaa. (Hookway, 2008, s. 98.) Aineistoni koostuu blogijulkaisuista, jotka käsittelevät staycationia kattavammin kuin pelkän maininnan tasolla. Aineistosta valtaosan muodostavat blogijulkaisut, joiden painotus on tekstissä, jota visuaalinen kuvitus tukee. Sanamäärältään aineistoni valikoituneet blogijulkaisut ovat 207–1100 sanaa. Lisäksi kriteerinä oli valita blogijulkaisuja, jotka ovat keskenään mahdollisimman erilaisia, kuvaavat staycationia eri tavoin sekä käsittelevät staycationia mahdollisimman monipuolisesti eri näkökulmista. Julkaisut käsittelevät niin erilaisten toimijoiden kokemuksia staycationista kuin myös eri teemoja, kuten hotellilomaa tai kuvitteellista matkakokemusta.

Aineistoni sisältää vain suomenkielisiä blogitekstejä, mikä mahdollistaa kohdallani tarkimman mahdollisen kielellisen ja kulttuurisen analyysin. Diskurssien rakentuessa ja muotoutuessa kulttuurisesti kielessä (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 7), hyödynnän tutkijana kielellistä ja kulttuurista esiyymmärrystäni aineiston tulkinnassa ja analyysissä (ks. Jokinen ym., 1993, s. 32). Yhdestä valitusta blogijulkaisusta on rajattu analyysin ulkopuolelle suomenkielisestä tekstistä tehdyt englanninkieliset käännökset, koska halusin keskittyä suomenkielisen kerronnan tuottamiin merkityksiin.

Blogien rakenteeseen kuuluu myös kommenttiosio, johon lukijat voivat kommentoida blogijulkaisuja ja siten olla vuorovaikutuksessa bloggaajan kanssa. Tutkimuksessani tarkastelun kohteena ei ole tämän vuorovaikutuksen tutkiminen, joten lukijoiden kommentit jäävät aineiston ulkopuolelle. Tarkastelussa painottuu, kuinka bloggaajat itse rakentavat teksteillään staycationia ja millaista representaatiota he siitä lukijoilleen luovat. Lukijat



toimivat siis tästä näkökulmasta välitettyjen viestien vastaanottajina ja tulkitsijoina, niin kuin minäkin toimin lukiessani tekstejä tutkijan roolissa.

Valitsin aineistooni sekä kaupallisia että ei-kaupallisia blogijulkaisuja. Tutkimustani ohjaa ajatus siitä, kuinka kaupallisilla tavoitteilla luotu blogikirjoitus voi tuottaa, uusintaa ja muuntaa erilaisia diskursseja kuin ei-kaupallisessa tarkoituksessa tehdyt blogikirjoitukset, koska blogijulkaisun tuottamisen konteksti on erilainen (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 20). Halusin sisällyttää sekä kaupallisia että ei-kaupallisia blogijulkaisuja aineistooni voidakseni vertailla näiden kahden tekijän välillä tuotettujen merkityksien eroavaisuutta. Kaupallisiksi tulkituissa blogijulkaisuissa on heti julkaisun alussa mainittu, että julkaisu on tehty yhteistyönä hotellin kanssa, mikä kuuluu yleisiin bloggauskäytäntöihin. Vaikka kaikki bloggaajat eivät kuitenkaan aina yhtä selkeästi ilmaise kaupallista yhteistyötä vaan piilottavat kaupallisuuden (Kozinets ym., 2010, s. 84), olen tutkimuksessani tulkinnut kaupallisiksi vain ne julkaisut, joissa kaupallisuus kerrotaan selkeästi.

#### *Blogiaineiston eettinen käsittely*

Blogien käytössä tutkimusaineistona on eettisiä ulottuvuuksia, jotka tulee ottaa huomioon (Ahteensuu, 2019; Hookway, 2008, s. 104; Laaksonen, 2018; Stainton & Iordanova, 2017). Huomioon otettavia ulottuvuuksia ovat esimerkiksi bloggaajan yksityisyys, mahdollinen luvan hakemisen tarve blogijulkaisun käyttämiseen aineistona, aineiston anonymisointi sekä bloggaajan rooli joko tutkimukseen osallistujana tai kirjoitusten tuottajana (Stainton & Iordanova, 2017).

Tutkimuksessani en pyytänyt bloggaajien suostumusta blogijulkaisujen käyttöön, koska julkaisut ovat julkisesti luettavissa (Ahteensuu, 2019; Hookway, 2008, s. 105; Stainton & Iordanova, 2017), ja tutkimukseni keskittyy julkaisujen sisältöön eikä niiden kirjoittajiin (Laaksonen, 2018). Aineiston blogijulkaisut eivät myöskään ole luonteeltaan liian yksityisiä (Stainton & Iordanova, 2017). Monien staycationiin liittyvien lifestyle-blogijulkaisujen julkinen esilläolo blogilistojen kontekstissa sekä joidenkin blogien kaupallinen luonne tuottaa näkemyksen, että julkaisujen halutaankin olevan näkyvillä ja jaettavan mahdollisimman laajasti.

Tutkimuksessani viittaaminen aineiston lifestyle-blogeihin tapahtuu pseudonymisoiduilla eli muutetuilla bloggaajien nimillä (ks. Taulukko 1). Hookwayn (2008, s. 106) tapaan bloggaajien käyttäjänimet on muutettu ja kaikki mahdollisesti tunnistettavissa oleva tieto on poistettu aineistonäytteistä. Julkisesti luettavissa olevaa internetaineistoani ei välttämättä tarvitsisi suojata pseudonyymeillä, koska tutkimukseni keskittyy tuotettuun tekstiin eikä kirjoittajien persooniin tekstien taustalla (Stainton & Iordanova, 2017, s. 5). Haluan kuitenkin noudattaa yleisiä tutkimusohjeita, joiden mukaan tutkimuksessa tulee suojella tutkimukseen osallistujien yksityisyyttä (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2019, s. 12). Tutkimusaiheeni ja -tavoitteeni kannalta bloggaajien tunnistettavuus ei ole oleellista, minkä takia pseudonyymien käyttö on ollut luontevampi aineiston käsittelytapa. Olen huomionut kuitenkin myös haasteet internetaineiston suojaamisessa. Täysi internetaineiston suojaaminen voi olla hankalaa, ellei jopa mahdotonta internetin hakukoneiden aikakaudella (Ahteensuu, 2019; Laaksonen 2018).

## 4.2 Diskurssianalyysi menetelmänä

Tutkimusaineistoni analyysimenetelmänä toimii diskurssianalyysi, joka sopii hyvin kirjoitetun kielen analyysiin (Jokinen ym., 1993). Diskurssianalyysi määritellään menetelmäkirjallisuudessa väljästi (Johnstone, 2008, s. 29; Jokinen ym., 1993, s. 10, 17). Yksityiskohtaisen analyysin kohteena kuitenkin on, miten sosiaalisessa toiminnassa tuotetaan todellisuutta kielenkäytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan kautta (Jokinen ym., 1993, s. 10). Diskurssianalyysin yksi tavoite on ymmärtää kielen kautta enemmän vallitsevasta yhteiskunnasta ja kulttuurista (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 7). Diskurssianalyysin päätavoite on tutkia, *mitä* ja *miten* asioita kielellä tehdään sosiaalisessa toiminnassa (Johnstone, 2008, s. 22; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 5; Rose, 2012, s. 194). Tavoitteena ei ole etsiä syitä diskurssien olemassaololle, minkä takia aineistolta ei kysytä, *miksi* asiat tapahtuvat (Rose, 2012, s. 194, 224).

Diskurssianalyysin tekemiseen ei ole olemassa vakiintuneita ohjeistuksia, vaan analyysin tekotapa on hyvin omatulkintainen ja vapaa (Jokinen ym., 1993, s. 10). Yksinkertaisimmillaan diskurssianalyysi on tekstin ja sen toiminnan kuvailua suhteessa yhteiskunnalliseen kontekstiin (Johnstone, 2008 s. 27, 30). Diskurssianalyysin tarjoaman valinnanvapauden vuoksi on entistä tärkeämpää, että omat tulkinnat ja ajatusprosessi kirjoitetaan auki ja perustellaan ymmärrettävästi. Tulkintojen perustelu onnistuu tiiviillä

keskustelulla oman aineiston kanssa sekä havaintojen selkeällä raportoinnilla. (Jokinen ym., 1993, s. 13.) Tutkija ei saa tehdä aineistosta päätelmiä ilman hyviä perusteluja (Johnstone, 2008, s. 22). Koska diskurssianalyysi on hyvin aineistokeskeinen menetelmä, vaatii oleellisten aineistokohtien kymmeniä lukukertoja, jotta omat havainnot voisi kattavasti perustella (Jokinen ym., 1993, s. 13). Diskurssianalyysin perusteella on mahdotonta tehdä yleistyksiä maailmasta. Diskurssianalyysin tuloksena rakentuukin vain ehdotus, kuinka vuorovaikutus voi toimia. (Johnstone, 2009, s. 269.)

Systemaattinen lähestymistapa analyysiin helpottaa omien valintojen perustelua. Diskurssianalyysissa tulee ottaa useita eri näkökulmia tekstiin ja pyrkiä systemaattiseen analyysiin jokaisen aineiston osan kanssa (Johnstone, 2008, s. 21, 30; Rose, 2012, s. 210). Tätä kutsutaan heuristiseksi malliksi, jossa samat tutkimustavoitteisiin perustuvat kysymykset esitetään jokaiselle aineiston osalle. Kysymyksiä voivat esimerkiksi olla: Kuka puhuu tai on kirjoittanut tekstin? Kelle se on suunnattu (yleisö)? Miten erilaiset toimijoiden roolit vaikuttavat siihen, mitä tekstissä sanotaan ja miten? Miten konteksti vaikuttaa kielenkäyttöön? Mitä kieli mahdollistaa tai rajoittaa? Mikä on tekstin rakenne suhteessa isompiin tekstirakenteisiin ja vuorovaikutukseen? (Johnstone, 2008, s. 9.) Kysymysten avulla pyritään analyysin monipuolisuuteen, sensitiivisyyteen ja eräänlaiseen objektiivisuuteen: aineistosta ei siten etsitä vain elementtejä, joita tutkija toivoo löytävänsä (Johnstone, s. 30).

Diskurssianalyysissa voidaan tutkia myös sitä mitä tekstissä ei sanota, eli tekstin hiljaisuutta tai näkymättömyyttä (Johnstone, 2008, s. 12). Hiljaisuus ilmenee esimerkiksi hegemonisina eli vallitsevina diskursseina: jokin puhetapa tai näkökulma on dominoiva verrattuna muihin mahdollisiin puhetapoihin tai näkökulmiin (Rose, 2012, s. 219). Hiljaisuuden tunnistaminen edellyttää tekstin yksityiskohtiin tarttumista sekä vaihtoehtoisten olemis- ja ilmaisemistapojen miettimistä (Johnstone, 2008, s. 70; Rose, 2012, s. 219). Hiljaisuus voi näkyä esimerkiksi passiivin käytönä, jolloin aktiivinen toimija ikään kuin hävitetään tekstistä, sisältäen jonkin tavoitteen, kuten asiantuntijuuden esittämisen (Johnstone, 2008, s. 12). Hiljaisuutta tarkastellessa tutkijaa ei kiinnosta, kuka on valinnut tekstissä käytetyt ilmaukset ja rakenteet tai kuinka tietoisia tehdyt valinnat ovat, vaan tutkijan tulee tunnistaa, mitä ulottuvuuksia tekstiin on valittu ja mitä jätetty valitsematta. Näiden tehtyjen valintojen perusteella rakentuu tietynlainen representaatio ilmiöstä, tapahtumasta tai toimijoista. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 57.)

Diskurssianalyysissa tarkastellaan, miten maailman ilmiöitä, asioita, tapahtumia, toimintoja ja ihmisiä nimetään ja kuvataan kielellisesti. Kieltä on mahdotonta käyttää nimeämättä, kuvailematta tai luokittelematta maailmaa samalla. Nimeämistä tarkastellessa tutkitaan, millaisia nimityksiä (substantiiveja, substantiivilausekkeita, erisnimiä) valitaan viitattaessa johonkin asiaan tai ilmiöön. Nimeämällä voidaan luokitella ja kategorisoida asioita esimerkiksi ryhmiin ja hierarkioihin. Nimeämiset ovat tehtyjen valintojen tuloksia, jotka riippuvat puhujan omasta näkökulmasta. Kuvaamista tarkastellaan kuvailujen kautta: ilmiöitä ja asioita voidaan kuvailla erilaisilla substantiiveilla, adjektiiveilla, adverbeilla, lausekkeilla, lauseilla sekä metaforilla. Kuvauksilla voidaan rakentaa representaatioita asioista eri painotuksilla, mutta myös ohjata lukijoita jäsentämään maailmaa ja toimimaan siinä toivotuilla tavoilla. Nimeäminen ja kuvaaminen toimivat suhteessa käyttökontekstiinsa sekä tilanteeseen, yhteiskunnalliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 57.)

Pynnönen (2013, s. 32) esittelee diskurssianalyysin jatkumona, johon kuuluu tekstuaalisen, tulkinnallisen ja kriittisen analyysin tasot. *Tekstuaalinen* analyysi on kuin sisällönanalyysia keskittyen tekstin rakenteeseen ja mekaaniseen tarkasteluun: mitä sanotaan, mitä sanoja ja lausemia on valittu käyttää, miten niitä käytetään suhteessa muihin sanoihin ja lausemiin? Analyysissa kiinnostavaa on tekstin tilanteisuus, ei sen laajempi konteksti. Tekstiä käsitellään omana tuotoksenaan, ei suhteessa muihin teksteihin. (Pynnönen, 2013, s. 25–27.) *Tulkinnallinen* analyysi puolestaan jatkaa siitä mihin tekstuaalinen jää. Tulkinnassa mietitään, miten asiat sanotaan tekstissä ja mitä sanomiset merkitsevät. Aiemman mekaanisen tarkastelun avulla tekstistä voi siirtyä sanojen ja lausemien tai selontekojen luomien merkitysten tarkasteluun ja tulkintaan. Tekstin sisäinen ja ulkopuolinen konteksti otetaan huomioon ja esimerkiksi yhteiskunnalliset ja sosiaaliset ulottuvuudet käsitellään suhteessa tekstiin. Millainen yhteiskunnallinen tilanne esimerkiksi vallitsee tekstin tuottamisen aikana? Millainen toimijan rooli on ollut tekstin tuottamisessa? Tulkinnallinen analyysi tuottaa representaatioita tutkittavasta ilmiöstä, eli millaisena se rakentuu kontekstissaan. (Pynnönen, 2013, s. 27–28.)

*Kriittinen* analyysi jatkaa tästä vielä syvemmälle: millaista valtaa tekstissä käytetään? Ketkä ovat äänessä tai äänettömiä? Mistä asioista on valittu puhua? Millaiset yhteiskunnalliset, poliittiset ja kulttuuriset asemat tai roolipositiot vaikuttavat mahdollisesti representaatioiden taustalla? Sorretaanko jotakuta? Merkitysten tuottamat merkitykset ovat kriittisessä

analyysissä kiinnostavia, tarkoittaen kuinka tekstin tuottamalla merkityksillä voi olla laajempia yhteiskunnallisia merkityksiä. Kriittinen analyysi pyrkii tuottamaan jopa yhteiskunnallista muutosta ja tuomaan esiin ääniä, joita hiljennetään teksteissä joko tietoisesti tai tiedostamatta. Jotkut diskurssit ovat niin vakiintuneita ja normatiivisia, että niitä toisinnetaan tiedostamatta. Kriittinen analyttikko pyrkii purkamaan näitä puhetapoja ja etsimään vaihtoehtoisia puhetapoja. (Pynnönen, 2013, s. 28–31.) Käsittelen omassa diskurssianalyysissäni hyödynnettyjä analyysin tasoja luvussa 4.3.

Pietikäisen ja Mäntynen (2019) mukaan tutkijan tulee rajata tutkimuksensa konteksti diskurssianalyysia varten. Koska konteksti on monitasoinen ja valtavan laaja käsite, tutkijan pitää päättää mitä konteksteja tarkastelee tutkimuksessaan. Tutkija saa valita, mihin kontekstiin keskittyy erityisesti, mutta myös muiden kontekstien läsnäolo ja vaikutus tulee tunnistaa. (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 22.) Tutkimuksessani keskityn bloggauskulttuuriin tutkittavan aineiston kontekstina, jota käsittelin luvussa 3.3 osana diskurssien rakentumista bloggauskulttuurissa –ja käytännöissä sekä luvussa 4.1 esitellessäni aineistoni keräämis-, muokkaus- ja rajaustapoja. Toinen olennainen konteksti tutkimuksessani on tutkijan konteksti (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 22), jota käsittelen myöhemmin tässä luvussa. Erilaisten kontekstien ja niiden välisten suhteiden tunnistaminen ja analysoiminen auttavat ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä paremmin ja selittämään tilanteessa ilmeneviä tai poissaolevia asioita (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 22).

Matkailututkimuksessa diskurssianalyysia on käytetty menetelmänä useassa erilaisessa tutkimusasetelmassa. Esimerkiksi Larsen ja Guiver (2013) tutkivat diskurssianalyysin keinoin etäisyyden (*distance*) diskursseja. Haastatteluilla kerätystä aineistosta he tarkastelivat, millä eri tavoin matkailijat kokevat etäisyyden käsitteen ja rakentavat sille merkityksiä sekä representaatioita kielenkäytössä. Muldoon ja Mair (2016) puolestaan tutkivat kriittisellä diskurssianalyysillä, diskurssien valtaan ja arvokysymyksiin keskittyen, kuinka kielenkäytöllään matkabloggaajat oikeuttavat slummiturismin tukemisen. Small ja Harris (2012) vertailivat niin ikään kriittisellä diskurssianalyysillä ylipainoisten ja normaalipainoisten matkailijoiden lentoyhtiökertomuksien rakentamia merkityksiä sekä lentoyhtiön virallisia ohjeistuksia koskien ylipainoisten matkailijoiden matkailua. Guiver ja McGrath (2016) tutkivat puhetapojen eroja hitaasta matkailusta puhuttaessa matkailukirjallisuudessa ja matkailijoille suunnatuilla verkkosivuilla.

### *Tutkijan rooli*

Laadullisessa tutkimuksessa ja diskurssianalyysissä tutkijan rooli on keskeinen. Tutkija on itse osa tutkimaansa todellisuutta (Jokinen ym., 1993, s. 23). Siksi myös tutkija on tiedon ja diskurssien tuottaja ja ylläpitäjä. Tämän vuoksi tutkijan tulee kriittisesti pohtia omaa asemaa ja eettistä vastuuta tutkijana suhteessa tutkimuskontekstiin ja tutkimustuloksiin (Jokinen ym., 1993, s. 23; Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 23; Rose, 2012, s. 222). Diskurssianalyysillä tutkija enemmänkin tuottaa todellisuutta kuin ymmärtäisi tai tulkitisi sitä sellaisena kuin se ilmenee (Bosangit, 2012, s. 21; Buttle, 1998, s. 80; Gergen, 1999, s. 50–52). Tutkimuksellani osallistun staycation-ilmion rakentumiseen Suomessa rakentaessani tutkimuksessa staycationin representaatiota analyysini pohjalta.

Tehty analyysi on aina tulkinta tutkimuskohteena olevasta sosiaalisesta toiminnasta, minkä takia sitä ei voi pitää absoluuttisena totuutena. Tutkija tekee valintoja, mistä asioista puhuu ja mitä asioita painottaa (Phillips & Hardy, 2002, s. 83–85, Rose, 2012, s. 222 mukaan). Valintoja voi tehdä tutkimustavoitteiden ohjaamina (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 8). Teoriat ja metodit ovat aina tutkijan valitsemia, mikä ohjaa tulkitsemaan tutkittavaa ilmiötä tietyllä tavalla (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 28). Johnstonen (2008) mukaan täysi teorianeutraalius ei olekaan mahdollista tutkimuksessa, vaan kaikki tutkijan rakentama aiempi tietoisuus ympäröivästä maailmasta vaikuttavat tiedostamatta huomioiden taustalla. Aiempi tietoisuus sisältää tietoa, joka koetaan normaalina ja vallitsevana maailmassa. On siis tärkeää huomioida, millainen lähestymistapa uuteen ilmiöön tutkijalla on (Johnstone, 2008, s. 270). Myös Pietikäisen ja Mäntysen (2019) mukaan tutkijan suhteella aineistoon ja tutkimuskohteeseen on merkitystä tutkimusprosessissa (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 28).

Bloggauskulttuuri oli minulle verrattain uusi maailma tutkimusprosessin alussa, koska en ylläpidä omaa blogia enkä seuraa aktiivisesti blogeja. Lisäksi en ole viettänyt staycation-lomaa staycation-ilmion ollessa minulle verrattain tuntematon ennen tutkimuksen aloittamista. Bloggauskulttuurin tuntemus auttaisi blogien sosiaalisten käytäntöjen ja sosiaalisen kontekstin paremmassa huomioinnissa analyysin aikana. Etuna blogien ja staycation-ilmion tuntemattomuudessa on kuitenkin ollut, ettei minulle ollut muodostunut valmiita asenteita ja mielipiteitä bloggauskulttuuria tai staycation-lomailua kohtaan. Toinen etu oli, että blogien diskursiiviset käytännöt olivat minulle tuntemattomia, minkä vuoksi näin

sen kontekstin uusin, ulkopuolisin silmin. Kontekstin tuttuus olisi vaikeuttanut vakiintuneiden puhetapojen tunnistamista blogeissa.

Lisäksi tutkijan tulee tiedostaa oma kulttuurinen kontekstinsa, joka vaikuttaa tutkimusprosessin taustalla. Tätä aihetta käsittelevän luvun 4.1 kartoitettiin roolistani suomalaisena tutkijana. Kulttuurista tietoutta, kuten tapojen, stereotyyppien ja yleisen yhteiskunnallisen ilmapiirin tuntemusta, hyödynnetään automaattisesti tekstin tulkinnassa. (vrt. Jokinen ym., 1993, s. 32.) Tällainen oman tulkinnan kontekstuaalisuus on tietoisemmin havaittava omasta analyysistä ja kriittisesti perustella, mistä tulkinnat syntyvät. Tavoitteenani onki mahdollisimman tarkasti perustella analyysissäni, mistä tekemäni tulkinnat kumpuavat ja miten ne suhteutuvat roolini taustalla vaikuttavaan kulttuuriseen kontekstiin.

### **4.3 Diskurssianalyysin vaiheet**

Diskurssianalyysini tavoitteena oli rakentaa ymmärrystä staycationista bloggauskulttuurin kontekstissa rakentuvana matkailuilmionä. Toteutin diskurssianalyysin luomalla systemaattisen lähestymistavan blogiaineiston käsittelyyn varmistaakseni analyysiprosessin yhdenmukaisuuden ja pystyäkseen perustelemaan tekemäni valinnat kattavasti (ks. Johnstone, 2008, s. 9, 21, 30; Rose, 2012, s. 210). Siksi analyysissäni jokainen blogiteksti analysoitiin samalla tavalla samojen aineistolle esitettyjen kysymysten ohjatessa analyysia. Taulukkoon 2 on listattu nämä aineistolle esittämäni kysymykset. Analyysini fokus perustui bloggauskulttuurissa välitettyihin kuvauksiin staycationista, ei varsinaiseen toimintaan tai bloggaajien subjektiiviseen kokemukseen (ks. Germann Molz, 2009, s. 274).

Taulukko 2. Aineistolle esitetyt kysymykset.

TEEMA	AINEISTOLLE ESITETYT KYSYMYKSET - Mitä ja miten staycationista puhutaan?
TOIMIJUUS	Kuka puhuu tai on kirjoittanut tekstin? Ketä toimijoita nimetään? Mitä merkityksiä eri toimijuuksille annetaan?
KIELENKÄYTTÖ	Mitä asioita julkaisu käsittelee staycationista puhuttaessa? Millaisia nimityksiä, kuvauksia ja termejä (adjektiiveja, adverbeja, lauseita, metaforia, substantiiveja, substantiivilausekkeita, erisnimiä) on valittu viitattaessa staycationiin? Mitä merkityksiä kieli rakentaa? Millaisia rinnastuksia ja erotuksia tehdään? Mikä on julkaisun ”sävy” tai tunnelma?
VISUAALISUUS JA KUVAT	Mitä kuvat esittävät? Miten kuvat tukevat tekstiä? Mitä toistuvia teemoja tai elementtejä kuvissa on? Kuinka moni kuva käsittelee samaa teemaa? Millaisia merkityksiä tekstin muotoilu (esim. otsikoinnit, huuto- ja kysymysmerkit, isot ja pienet
KAUPALLISUUS	Miten mahdollinen kaupallisuus näkyy teksteissä? Mitä merkityksiä kaupallisuus tuottaa?
HILJAISUUS	Mitä asioita ei sanota? Mistä asioista puhutaan itsestäänselevoittain? Mitkä näkökulmat ovat dominoivia? Mitkä marginaalisia?
BLOGIJULKAISUJEN VERTAILU	Miten blogijulkaisut ovat sisällöllisesti suhteessa keskenään? Mitkä termit tai merkitykset toistuvat blogien välillä? Mitä eroja ja yhtäläisyyksiä löytyy? Mitä erilaista tai poikkeavaa blogijulkaisuista on löydettävissä?
BLOGGAUSKULTTUURIN KÄYTÄNNÖT	Millaista bloggauskulttuurille ominaista kielenkäyttöä on havaittavissa? Miten bloggauskulttuurin käytännöt vaikuttavat staycationista muodostuvaan representaatioon?

Diskurssiteorian käsitteet sekä päätutkimuskysymykseni *Millainen representaatio staycationista rakentuu matkailuilmionä suomalaisissa lifestyle-blogeissa?* ja osakysymykset: *Mitä merkityksiä staycation-lomalle annetaan? Miten annettuja merkityksiä tuotetaan kielellisesti ja visuaalisesti? Miten blogitekstien eri toimijuudet vaikuttavat merkitysten rakentumiseen?* ohjasivat aineistolle esitettyjen kysymysten valintaa ja jaottelua teemoiksi. *Mitä ja miten staycationista puhutaan?* oli analyysiani ohjaava pääkysymys, joka on taulukossa 2 eroteltu useisiin täsmentäviin kysymyksiin, jotka ovat jaoteltu eri teemojen mukaan. Keskityin näiden teemojen havainnointiin aineistosta. Teemoja ovat blogijulkaisujen toimijaroolien tunnistaminen, analyysin pääfokuksena toimivat kielenkäytön tavat merkitysten rakentamisessa, visuaalisten ja kuvallisten elementtien sekä kaupallisen yhteistyön rakentamat merkitykset, hiljaisuuden ilmeneminen puhutavoissa, blogijulkaisujen välinen vertailu sekä bloggauskäytäntöjen vaikutus rakentuvien merkityksiin. Teemat perustuvat diskurssiteoriaan pohjautuvaan uskomukseen toimijuuden, kielenkäytön, kuvien ja visuaalisuuden, hiljaisuuden, sosiaalisen toiminnan ja käytäntöjen diskursiivisesta rakentumisesta sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja niiden vaikutuksista merkitysten tuottamiseen (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019).

Olellista bloggauskulttuurin kontekstissa on valokuvien käyttö ja niiden vaikutus sekä rooli lukijoille välitetystä viestinnästä. Kuvien diskurssianalyysi kiinnittää tarkasti huomiota kuviin (Rose, 2012, s. 195). Sisällytän blogijulkaisujen sisältämät valokuvat osaksi



analyysia, koska ne ovat visuaalisuudellaan oleellinen osa bloggauskulttuurin kerrontaa (Hookway, 2008) ja ne tuottavat diskursseja yhdessä tekstin kanssa (Rose, 2012). Kuvissa voi olla toistuvia teemoja ja visuaalisia kaavoja, jotka rakentavat kuvien merkityksiä tietyntylaisiksi. Kuvien lisäksi tarkastelen myös muita blogijulkaisujen visuaalisia rakenteita, kuten tekstin muotoilua, johon kuuluvat esimerkiksi otsikoinnit, huuto- ja kysymysmerkit sekä isot ja pienet kirjaimet. Kaikki visuaaliset valinnat rakentavat ilmiöstä eri sävyisiä merkityksiä, mikä muokkaa myös rakentuvia diskursseja. Kuvat rakentavat elementeillään ja niiden välisillä suhteilla representaatioita kohteistaan. (Rose, 2012, s. 208–210.) Tiettyjen kuvien valitseminen osaksi viestintää on myös merkityksien luomista. Kuvista voidaan tarkastella esimerkiksi, miten kuvan eri osat tuottavat merkityksiä, kuinka informaatio järjestyy kuvassa, sekä millainen kuvan asetelma ja sisällön esitystapa ovat (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 75).

Pynnösen (2013, s. 25–33) esittämien diskurssianalyysien tasojen mukaisesti diskurssianalyysini sisältää sekä tulkinnallista että kriittistä analyysia. Tutkimukseni analyysitapa on tulkinnallinen, koska keskityn aineiston käsittelyssä siihen, mitä ja miten asioita sanotaan ja mitä merkityksiä niistä siten tuotetaan sekä bloggauskulttuurissa että yhteiskunnallisesti. Tutkimukseni pääfokus on tutkia merkityksenantojen tuottamia representaatioita staycationista. (ks. Pynnönen, 2013, s. 27–28.) Analyysini on myös kriittistä, koska tulkintani tapahtuu kyseenalaistaen teksteissä rakennettuja merkityksiä ja tulkiten merkitysten ilmentämiä vallitsevia yhteiskunnallisia merkityksiä. Tarkastelen myös mahdollista hiljaisuutta, jota teksteissä voi ilmetä. Minulla ei kuitenkaan ole tarkoitus tarkastella diskurssien tuottamia valta-asemia laajemmin. Analyysiini kuuluu kuitenkin yleisesti bloggaajien roolin valta-aseman tunnistaminen sosiaalisen todellisuuden ja diskurssien tuottajina enemmän kuin syvällisempi kriittinen diskurssianalyysi. (ks. Pynnönen, 2013, s. 28–31.)

Analyysiprosessi jakautui viiteen vaiheeseen, jotka olivat (1) blogijulkaisujen lukeminen yksitellen, (2) blogijulkaisujen vertailu keskenään, (3) teemoittelu, (4) teemoista diskursiivisiksi ulottuvuuksiksi ja (5) ulottuvuuksien yhdistäminen diskursseiksi. Vaiheet perustuvat ajatukseen diskurssianalyysista erilaisten tulkinnan tasojen jatkumona (Pynnönen, 2013, s. 25), jossa ymmärrys staycation-ilmiöstä rakentuu ja syvenee vaihe kerrallaan. Analyysivaiheet eivät edenneet suoraviivaisesti eteenpäin, vaan ne olivat usein

yhtäaikaisia ja limittäisiä. Palasin välillä takaisin aiempiin vaiheisiin analyysitavan kehittyessä työskentelyn ohessa.

Diskurssianalyysi alkoi yleiskäsityksen rakentamisella aineistosta lukemalla blogijulkaisut läpi yksitellen. Tarkastelin blogijulkaisua ensin kokonaisuutena: sen rakennetta, osia, yleistunnelmaa ja teemaa. Tunnistin kustakin blogijulkaisusta ensin staycation-lomaan liitetyt toimijaroolit, joita olivat esimerkiksi vanhemmat, äidit, pariskunnat, perheet, bloggaajat ja ystävät. Tarkastelin myös näihin rooleihin liitettäviä merkityksiä. Merkitsin tekstiin aineistokohtia, joissa puhutaan staycationista erityisellä, huomiota herättävällä tavalla antaen sille eri merkityksiä. Aineistokohdat saattoivat olla yksittäisiä sanoja, sanapareja, otsikoita, lausahduksia tai kokonaisia kappaleita. Näitä aineistokohtia nimitän tulosluvuissa ”ilmauksiksi” tai ”lausahduksiksi”. Kiinnitin erityistä huomiota erilaisiin staycationin kuvauksiin, rinnastuksiin, määrittelyihin ja nimeämisiin (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 57). Analyysissäni kiinnitin huomioita teemoihin, jotka ovat listattu taulukkoon 2 ja esitin kullekin julkaisulle samat taulukon 2 kuvaamat kysymykset jäsennelessäni eri merkityksiä, joita tekstit rakensivat staycationista. Kirjoitin samalla ylös omia ajatuksiani ja kysymyksiä, joita teksti herättää. Luin jokaisen blogijulkaisun useaan kertaan läpi kokonaisuudessaan, sekä palasin myöhemmissäkin analyysin vaiheissa tutkimustavoitteeni kannalta erityisen mielenkiintoisiin aineistokohtiin (ks. Jokinen ym., 1993, s. 13). Tämä vaihe siis toistui useaan otteeseen analyysiprosessin aikana.

Blogijulkaisujen lukemisesta omina kokonaisuuksinaan siirryin julkaisujen väliseen vertailuun tarkastelemalla julkaisujen välisiä kielellisiä yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia. Siten pystyin yhdistelemään julkaisujen kesken toistuvia merkityksenantoja staycationista. Huomioin myös mahdolliset yllättävät tai poikkeavat merkitykset, joita jokin teksti saattoi tuottaa verrattuna toisiin teksteihin. Tekstejä vertaillessani ryhmittelin teksteissä toistuvia sanoja ja ilmaisuja, kuten *irtiotto* tai *turistin rooli*. Aloin yhdistellä samaa aihetta käsitteleviä sanoja omiksi teemoikseen. Vertailuvaiheessa havaitsin aineistossa ilmenevää hiljaisuutta eli joidenkin näkökulmien, kuten kotiloman tai luontouloottuvuuden, marginaalista läsnäoloa bloggaajien puhetoissa. Vertailuvaiheessa kuva-analyysin merkitys alkoi vähetä analyysissäni, havaitessani tekstien tuottavan niin paljon huomionarvoisia merkityksiä, ettei ajallisten resurssien puitteissa olisi mahdollista keskittyä sekä kuvien että tekstien yhdessä muodostamiin diskursseihin liian yksityiskohtaisesti. Siksi kuva-analyysi jäi analyysissäni sivurooliin.

Diskurssien jäsentely aineistosta tapahtui teemoittelun avulla. Aiempaa ilmaisujen ryhmittelyä hyödyntämällä sekä julkaisujen välillä toistuvia merkityksenantoja yhdistelemällä jäsensin teksteissä toistuvia teemoja, joista bloggaajat puhuivat staycationista kertoessaan. Teemojen jäsentely ja erottelu toisistaan oli haastavaa, koska puhetavoissa on paljon päällekkäisyyksiä ja yhteneväisyyksiä. Lopulta aineistosta rakentui kolme pääteemaa, joista jäsenyi myös tuloslukujen rakenne. Nämä kolme pääteemaa ovat *arjen rooleista vapautuminen*, *lomailun paikat lähellä* sekä *perinteisen matkailun muutos*. Kukin teema käsittelee staycation-ilmiotä eri näkökulmista. *Arjen rooleista vapautuminen* käsittelee staycationin toimijuuksien saamia merkityksiä; *lomailun paikat lähellä* käsittelee puhetapoja staycationin viettämisen paikoista ja *perinteisen matkailun muutos* kuvaa millaisia merkityksiä matkailun tavat saivat aineistossa. Perinteisen matkailun käsitettä aloin käyttää analyysini perusteella. Perinteisellä matkailulla viitataan yhteiskunnassa vallitsevaan ja dominoivaan ajatukseen ulkomaanloman tarpeellisuudesta rentoutumisessa ja lomatunnelmaan pääsyssä.

Teemoittelun jälkeen järjestelin kunkin pääteeman alle aineisto-otteita siitä, mitä ja miten kustakin pääteemasta puhutaan. Muokkasin joitakin aineisto-otteita korjaamalla mahdolliset bloggaajien tekemät kirjoitusvirheet siten, etteivät ne muuttaneet otteiden pääajatusta, helpottaakseni lukukokemusta. Aineisto-otteiden järjestämisen kautta diskurssit rakentuivat yhdistämällä eri diskursiivisia ulottuvuuksia, joiden kautta staycationia kuvattiin blogijulkaisuissa. Esimerkiksi paikallisuuden diskurssissa näitä ulottuvuuksia olivat esimerkiksi turistin roolin omaksuminen tai kyseisestä roolista vapautuminen sekä paikallisuuden kokemukset, muistot ja kotipaikka-arvostus. Näissä ulottuvuuksissa staycationista puhuttiin eri tavoin, antaen diskurssille erilaisia merkityksiä eri näkökulmista.

Kukin pääteema jakautui ulottuvuuksien järjestämisen pohjalta kahteen diskurssiin. Kielenkäyttötilanteessa on usein useampi diskurssi läsnä (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 47), mikä piti paikkansa aineistossani tunnistaussani yhteensä kuusi diskurssia: *vanhemmuuden* ja *paikallisuuden* (arjen rooleista vapautuminen); *hotelliloman* ja *kotiloman* (lomailun paikat lähellä) ja *matkailun* ja *matkustamisen* (perinteisen matkailun muutos) diskurssit. Diskurssit käsittelevät, miten vanhemmuudesta ja paikallisuudesta puhutaan suhteessa staycationiin; miten staycationilla lomailun eri paikoille (hotellille, kodille tai kotikaupungille) rakennetaan merkityksiä sekä miten staycation suhteutuu perinteisen

matkailun diskursseihin. Havaitsin staycationia määrittävien merkitysten suhteutuvan yleisiin yhteiskunnallisiin diskursseihin sekä suomalaiseen ja globaaliin kontekstiin, johon vaikuttavat muun muassa muut matkailuilmiöt ja bloggauskulttuurin käytännöt.

Analyysin perusteella staycationista rakentuu kuva uudenlaisena matkailutapojen muutosta edustavana sekä arkielämää ja lomailua yhdistävänä matkailutapana. Luvuissa 5–7 tarkastelen tarkemmin blogijulkaisujen tuottamia merkityksiä staycation-lomailusta esitellessäni tutkimustulokseni. Keskustelutan tulosluvuissa aineistosta rakentamani tulokset staycationia, lähimatkailua, kestävästä matkailusta sekä arjen ja lomailun välistä kahtiajakoa käsittelevän aiemman tutkimuskirjallisuuden kanssa.

## 5. ARJEN ROOLEISTA VAPAUTUMINEN

Blogiaineistossani staycationiin yhdistetään vahvasti mahdollisuus irtautua arjesta. Vanhemmuuden ja paikallisuuden diskursseissa toimijoiden rooleille annetut merkitykset ovat puhetapojen keskiössä enemmän kuin muissa tunnistetuissa diskursseissa. Toimijoina vanhemmuuden ja paikallisuuden diskursseja ovat rakentamassa sekä pienten lasten vanhemmat että ihmiset, jotka viettävät staycationia kotikaupungissaan. Näissä diskursseissa annetaan suuri painoarvo arjesta pois pääsulle ja arkisten roolien unohtamiselle, mutta myös uusien roolien omaksumiselle. Diskurssit osoittavat, kuinka staycation on yhtä aikaa sekä osa arkielämää että siitä vapauttaja.

### 5.1 Vanhempien hengähdystauko

Vanhemmuuden diskurssissa staycationin viettäminen kuvataan vanhemmille arvokkaana keinona rentoutua ja kokea pientä arjen luksusta kodin ulkopuolella. Yhteensä viidessä blogijulkaisussa käsitellään joko vanhempien yhteistä tai äidin omaa staycation-kokemusta. Vanhemmuuden diskurssin keskeisinä toimijoina ovat pienten lasten vanhemmat, jotka ovat valinneet staycationin viettämisen päästäkseen pois lapsiarjen kuormituksesta. Vanhemmuuden kertomukset ovat aineistossani äitien kertomia, sillä vanhemmuudesta blogijulkaisuissaan puhuvat bloggaajat ovat naisia ja äitejä. Vanhemmuuden diskurssissa annetaan suuri merkitys vanhempien kahdenkeskisen ajan saamiselle ja erityisyyden kokemiselle verrattuna arkeen. Näitä asioita bloggaaja-äidit kertovat heidän pariskuntana kaipaavan hektisen lapsiarjen keskellä, kuten seuraava ote Johannan lifestyle-blogista kuvaa osuvasti:

*Ajoitus hotelliyölle ei olisi voinut olla täydellisempi, koska (lapsi) edelleen valvottaa meitä öisin. (Johanna, blogi 5)*

Vanhemmuuden diskurssi luo kuvan kuormittavasta lapsiperhearjesta, josta on tarve päästä pois silloin tällöin. Johanna puhuu hotelliyön ajoituksen *täydellisyydestä* suhteessa siihen, kuinka heidän pieni lapsensa *valvottaa* öisin. Tämä ilmentää arjessa koettua univajetta ja siten tarvetta hyvin nukutulle yölle. Lisäksi Ronja kertoo olleensa *yön yli täysin yksin joskus ennen esikoisen syntymää, eli reilu 2,5 vuotta sitten*. Ilmaukset *täysin yksin* ja *reilu 2,5 vuotta sitten* ilmentävät, että omalle ajalle on ollut tarvetta jo kauan. Nämä puhetavat kuvastavat Hall ja Holdsworthin (2016) mukaisesti, kuinka staycation-loma tarjoaa mahdollisuuden

hetkellisesti muuttaa kuormittavaa arkielämää paremmaksi (Hall & Holdsworth, 2016, s. 296).

Kuormittavasta lapsiarjesta ilmaistaan halua päästä pois erityisesti pariskuntana. Parisuhdeajan viettäminen arvotetaan blogijulkaisuissa oleelliseksi tarpeeksi, kuten Aino ja Kati ilmentävät:

*Lähdimme miehen kanssa pienelle lomalle, ihan kahdestaan. Olemme olleet kahdenkeskeisen rentoutumisen tarpeessa jo jonkin aikaa. Lapsiperhearjesta on kuitenkin vaikea ottaa mitään suurta irtiotta, vaikka juuri niistä arkisista askareista tekisi tosi hyvä päästä joskus edes hetkeksi pois. (Aino, blogi 9)*

*Se (oleminen) oli juuri se juttu mitä kaipasin arkeen pikkulasten ja yrittäjyyden keskellä – olemista ja juttelua, keskittymistä parisuhteeseen (...) Kyllä sitä taas tuli iloisella mielellä kotiin, kun saa hetken olla pariskuntanakin! (Kati, blogi 2)*

*(...) se, ettei ole mitään arjen askareita hoidettavana. Eli ei siivousta, ei pyykkiä, ei tiskiä. Ja tällä kertaa ei juuri mitään muitakaan velvollisuuksia tai vastuita – vain me ja yksi kokonainen vuorokausi kahdestaan. (Aino, blogi 9)*

Ilmaukset *ihan kahdestaan; vain me; kokonainen vuorokausi kahdestaan; kahdenkeskeinen rentoutuminen ja keskittyminen parisuhteeseen* sekä *puhuminen tarpeesta ja kaipuusta* ilmentävät, kuinka pariskunnat kaipaavat juuri yhteistä palautumisaikaa ilman lapsia. Ainon käyttämä ilmaus *jo jonkin aikaa* ja adjektiivi *vaikea* sekä ilmaus *joskus edes hetkeksi pois* vielä kuvaavat, kuinka edes lyhyttä yhteistä aikaa on kaivattu jo kauan, koska lapsiarjesta ei ole helppo päästä irtautumaan. Adjektiivi *iloinen* suhteessa *hetken pariskuntana oloon* antaa kuvan, kuinka staycationilla vietetty lyhytkin yhteinen aika saa positiivisia tunteita aikaan.

Äitien kertomusten mukaan arjen kiireet ja velvollisuudet estävät pariskuntia rentoutumasta arjessa. Matkailukirjallisuudessa on todettu, kuinka lomailun yksi suurista motiiveista on irtautua arkisista töistä, velvollisuuksista ja rasituksesta (Hall & Holdsworth, 2016, s. 287; ks. Räikkönen ym., 2016, s. 27). Ylläolevissa aineisto-otteissa ilmauksilla *lapsiperhearki; arki pikkulasten ja yrittäjyyden keskellä*, ilmaistaan kuinka arki koostuu lastenhoidosta ja työnteosta. Ainon (blogi 9) edellisessä aineisto-otteessa käyttämät ilmaukset *ei ole mitään arjen askareita hoidettavana; ei siivousta, ei pyykkiä, ei tiskiä; ei juuri muitakaan velvollisuuksia ja vastuita*, jotka toistavat sanaa *ei*, viittaavat siihen, kuinka staycation vapauttaa myös arjen kuormittavuudesta ja kotitöistä. Aineistosta nousevassa vanhemmuuden diskurssissa kuvataan, kuinka pariskunnan yhteistä aikaa arjessa ei saa

lähtemättä pois kotoa. Lomat ovatkin tärkeää aikaa perheenjäsenille viettää laatu-aikaa yhdessä ja rentoutua, minkä takia lomat ovat oleellinen osa arkielämää (Daly, 2001; Cheal, 2002, Hall & Holdsworth, 2016, s. 285 mukaan).

Myös muiden sosiaalisten suhteiden ylläpito kuvataan vanhemmuuden diskurssissa hankalaksi arjen kiireiden takia. Jenna kuvaa tätä haastetta blogikirjoituksessaan seuraavasti:

*Kun on jo monta viikkoa keskittynyt pelkästään töihin, perheeseen ja treenaamiseen, ystävien tapaaminen jää vähemmälle. (Jenna, blogi 4)*

Jennan sanavalinnat *työ; perhe ja treenaaminen* jotka vievät *jo monta viikkoa*, siis paljon aikaa arjessa, ilmentävät kuinka arjen rutiineista ja perhe-elämästä on hankalaa löytää aikaa sosiaalisten suhteiden ylläpidolle. Tämän takia Jenna viettää pienen lapsen äidin irtiottoa ystävänsä kanssa, vaikka on parisuhteessa, mikä ilmenee seuraavassa otteesta:

*Tällainen olisikin mitä parasta tekemistä pariskuntana kun lapsi on yökylässä, mutta vietettiin nyt "date nightia" ystäväni (nimi) kanssa. (...) ihanaa vaihtaa rauhasa kuulumisia, eli jutella tuntikausia, käydä tapaamassa tuttuja (kaupungin) yössä ja herätä rakkaan ystävänsä vierestä syömään aamiaista sängyssä. (Jenna, blogi 4)*

Staycationin kuvaaminen *mitä parasta tekemistä pariskuntana* ja silti staycationin viettäminen ystävänsä kanssa *date-night* -henkeen kuvaa, kuinka ystävysten yhteisen ajan viettäminen nähdään yhtä arvokkaana kuin ajan viettäminen pariskuntana. Sanat ja ilmaukset *ihana; rauha; tuntikausien juttelu ja rakas ystävä* ilmentävät ystävyden tärkeyttä. Nämä kuvaukset rakentavat kuvaa staycationista tärkeänä mahdollisuutena ylläpitää arjen keskellä muitakin sosiaalisia suhteita kuin parisuhdetta. Lomanvietto perustuukin yleensä ajan viettämiseen tutussa ja läheisessä seurassa sosiaalisia suhteita vaalien (Hall & Holdsworth, 2016, s. 289).

Pariskuntien ja ystävyden välisen yhteisen ajan lisäksi vanhemmuuden diskurssi esittää myös äideillä esiintyvän tarpeen viettää laatu-aikaa yksin. Ronjan (blogi 12) kertomukset äitiyden roolista irrottautumisesta oman staycationin vietoissa uusintaa ajatusta äitiyden merkityksestä yhteiskunnassamme. Ronja kertoo roolistaan äitinä suhteessa staycationin viettoon seuraavasti:

*Viimeisten kuukausien aikana olen kaivannut omaa aikaa aivan järjettömän paljon, mutta en kuitenkaan halunnut jättää vauvaa vielä yön yli isänsä hoitoon, koska imetän vauvaa edelleen, ja pitkä aika poissa hänen luotaan olisi tuntunut hankalalta. (...) Hieman hymyilytti, kun eräs isä kanto kahvilan läpi sylissään lötköksi heittäytynyttä taaperoa, joka kiljui ja potki vauhdissa molemmat kenkänsä jaloistansa. Tunsin todellista sielujen sympatiaa tuota isää kohtaa ja olin helpottunut, että tällä kertaa se en ollut minä itse, joka taistelin uhmaikäisen lapsukaiseni kanssa. (Ronja, blogi 12)*

Ronjan käyttämät ilmaukset *järjetön* kaipuu omaan aikaan ja *helpotus* ilmentävät, kuinka lapsiarjessa omaa aikaa ei käytännössä ole ja kuinka äidin roolin unohtaminen hetkeksi on vapauttavaa. Sana *lapsukainen* ilmentää pientä lasta, ja toimii yleensä hellittelynimenä. Siten ilmaus *taistelu lapsukaisen kanssa* ilmentää lastenhoidon kuormittavuutta mutta samalla sitä, kuinka sitä tehdään rakkaudesta lasta kohtaan. Blogitekstissä käytetään puhetapaa ja viestintää, jotka ilmentävät äitiyden roolin tärkeyttä pienen lapsen hoidossa, ja miten haastavaa siitä on irrottautua. Ronjan käyttämä adjektiivi *hankala* koskien lapsen jättämistä isänsä hoitoon yöksi ilmentää osaltaan äidin roolin korvaamattomuutta. Äidinrakkaudesta huolimatta lapsiarki ei pysty täyttämään äidin henkilökohtaisia tarpeita esimerkiksi omaan aikaan liittyen äitiyden roolin mukanaan tuomien vastuiden ja kuormituksen takia. Äidin rooli painottuukin keskusteluissa vanhemmuudesta puhuttaessa yhteiskunnassamme. Täten Ronjan blogijulkaisussa äidin omalle ajalle, yksinololle ja itselle mielekkäiden asioiden tekemiselle kodin ulkopuolella staycation-loman aikana annetaan yhä suurempi merkitys.

Myös Jenna (blogi 4) puhuu, kuinka *5-vuotiaan äitinä tulee aivan liian harvoin syötyä pitkän kaavan mukaan ravintolassa, nyt siihenkin oli mahdollisuus*, mikä ilmentää kuinka lasten kanssa äidille mieluisen vapaa-ajan viettäminen ei ole aina mahdollista. Jenna arvottaa erityisesti ravintolakokemuksen mielekkääksi välillä ilman lapsia. Myös sanan *mahdollisuus* käyttö ilmentää, kuinka staycationilla kiireetön ravintolakäynti on toteutettavissa. Kirjoitukset äitiydestä irrottautumisesta staycationin yhteydessä rakentavat vanhemmuuden diskurssia sellaiseksi, jossa esitetään äidillä olevan oikeus omaan aikaan ja itsensä toteuttamiseen. Kertomusten mukaan oman ajan viettäminen mahdollistuu mielekkäästi staycationia viettämällä. Arkisista sosiaalisista rooleista, joita äitiys ja vanhemmuus ovat, vapautuminen on oleellinen osa lomailua (Räikkönen ym., 2018, s. 29). Pelkkien äitien kertomukset staycationista kuitenkin jättävät isien äänen keskustelun ulkopuolelle. Tämä toisaalta noudattaa bloggaajien naisvaltaista sukupuolijakaumaa (Hänninen, 2015, s. 55; Schmidt, 2007, s. 1410), mutta herättää ajatuksen, millaisia merkityksiä isät antaisivat staycationin vietoille.



Pariskunnat ja äidit arvottavat arjesta irtautumisen arvokkaaksi ulottuvuudeksi staycationin viettämisessä. Arjesta irtautumiseen liittyen neljässä viidestä vanhempien staycationia käsittelevästä blogijulkaisusta mainitaan *irtiotto*-käsite. Käsitettä käytetään ainoastaan näissä blogijulkaisuissa. Julkaisuissa puhutaan *pienestä irtiotosta puolison kanssa* (Kati, blogi 2) tai staycationista *helppona pienenä irtiottona arjesta* (Johanna, blogi 5). Adjektiivin *pieni* käyttö ja sen toistuminen ilmentävät irtioton keston lyhyttä, kuin nopeaa hengähdystaukoa arjesta. Staycation-loman kesto onkin vanhemmuudesta kertovissa viidessä blogijulkaisuissa vain yksi yö. Kodin ulkopuolella yöpymisen sisältävät staycation-lomat yleensä kestävät korkeintaan viikonlopun yli (Pawlowska & Matoga, 2016, s. 4–5). Aino (blogi 9) puhuu myös *suuresta irtiotosta*, ja kuinka *vaikeaa* sellaista on ottaa lapsiarjesta, mikä ilmentää ikään kuin irtioton lyhyden pakollisuutta, kun pidempään lomaan ei ole mahdollisuutta.

Ronja (blogi 12) sanoo, ettei ole *koskaan ottanut vastaavanlaista irtiottoa* yksin. Sana *koskaan* tuo painotusta kokemuksen uutuudelle äidin roolissa. Staycationin määrittely irtiottona kuvaa juuri sitä tarvetta, joka vanhemmilla on irtautua arjesta silloin tällöin. Loman viettäminen yleisestikin kuvataan irtiotoiksi arjen stressistä ja rasituksesta (Edensor, 2007, s. 199). Kuitenkin se, että pelkästään vanhempien staycationista puhutaan *pienenä* eli lyhyenä irtiottona, rakentaa kuvaa lyhyen arjesta irtautumisen tärkeydestä erityisesti vanhemman roolissa toimiville, kun halutaan edes hetkeksi päästä pois arjesta. Besson (2017) mukaan staycationin suosion kasvu ilmentää rentoutumismahdollisuuksien vähentymistä arjesta, kuvastaen arjesta koetun hyvinvoinnin mahdollista vähentymistä (Besson, 2017, s. 46).

Kiireettömyys ja rauha ovat olotiloja, joita arvotetaan korkealle vanhemmuuden diskurssissa osana arjesta irtautumista staycation-lomalla. Aino ja Johanna kuvaavat kiireettömyyttä seuraavasti:

*Istuimme ikkunapöydässä ilman kiirettä, juttelimme ja katselimme ohikäveleviä ihmisiä. Tässä vaiheessa, kehon ja mielen vaipuessa kokoajan rentoutuneempaan modeen huomasin, miten ihan oikeasti olimmekaan olleet tämän tarpeessa. (Aino, blogi 9)*

*Suunnitelmamme oli ottaa miniloma mahdollisimman rennosti, ja siinä kyllä onnistuimme. Pitkästä aikaa hitaasti ja rauhassa nautittu aamukahvi maistui muuten taivaalliselta. (Johanna, blogi 5)*

Sanat *kiire* (Kati, Aino, Ronja) ja *rauha* (Kati, Jenna, Johanna ja Aino) eri muodoissaan esiintyvät usein vanhempien staycation-kertomuksissa, erityisesti vastakkainasettelun muodossa. Vastakkainasettelussa staycationin kiireettömyyttä verrataan positiivisessa valossa arjen kiireisiin, kuten Ronja (blogi 12) tekee sanoessaan: *oli outoa istua ihan kaikessa rauhassa kahvin äärellä, kun ei ollut lainkaan kiire minnekään*. Ronja kuvaa rauhassa olemisen harvinaisuutta sanalla *outoa*. Ylläolevissa otteissa ilmaukset *ilman kiirettä; rentoutuneempaan modeen vaipuminen; rennosti; hitaasti ja rauhassa* ja ylisana *taivaallinen* ilmentävät hidastamisen arvostamista staycationilla. Vanhemmille staycationin mahdollistama kiireettömyys esitetään toivottuna vaihteluna ilmauksilla *tarve ja pitkästä aikaa*. Täten vanhemmuuden diskurssi rakentaa kuvaa, kuinka staycationin suuri hyöty ja rentouttava puoli on arjesta tutun kiireen tunteen poissaolo. Kiireettömyyttä onkin haastavaa kokea hetkessä arjessa, minkä vuoksi kiireettömyyden kokeminen lomalla voi edesauttaa rentoutumista (Räikkönen ym., 2018, s. 35).

Kiireettömyyttä ilmentää osaltaan, kuinka vanhemmuuden diskurssissa hotelliyöpyminen pois kotoa kuvataan mahdollisuutena toimettomuuteen ja ”vain olemiseen” keinona rentoutua arjen kuormituksesta:

*Sviitti, ihanat kylpytakit ja aikaa vain olla, se toi päivääni juuri sitä jotain spesiaalia, jota kaipasin. Ei sitä paljon muuta tarvinnut, kun tuntui todellakin jo lomalta!* (Kati, blogi 2)

Kati kuvaa ilmauksilla *sviitti; kylpytakit; aikaa vain olla; kaivattua spesiaalia* ja *ei tarvinnut paljon muuta*, ilmentäen kuinka arjessa ei toimettomuudelle ja pysähtymiselle ole aikaa ja kuinka yksinkertaisista mutta erityisistä asioista voi päästä lomatunnelmaan. Johannan (blogi 5) lausahdus *Saunoimme, istuimme, olimme ja nautimme lasilliset kuoharia. Täydellistä*. niin ikään kaikessa yksinkertaisuudessaan on erittäin latautunut. Ilmaistu verrattain yksinkertainen toiminta *saunominen; istuminen; oleminen* ja *kuohuviinin nauttiminen* kuvataan *täydelliseksi*, siis ettei staycation-kokemus ja rentoutuminen vaadi kerrassaan mitään muuta kuin pieniä merkityksellisiä ja erityisiä asioita, jotka ehkä arjesta puuttuvat. Lisäksi Ainon (blogi 9) kuvaama kiireetön toiminta ja oleskelu ilmenee ilmauksissa *nukkua myöhään; aamupala; saunominen* ja *päikkäreiden nukkuminen* lauseessa: *Aamulla nukuimme myöhään, laitoimme saunan taas päälle, kävimme*

*aamupalalla, saunottiin ja nukuttiin päikkärit.* Se, että Aino ylipäättään mainitsee tällaisen toiminnan, ilmentää sen merkityksellisyyttä vanhempien staycationilla, jos tällaiselle toiminnalle ei ole mahdollisuutta arjessa.

Katin, Johannan ja Ainon puhetavat rakentavat vanhemmuuden diskurssissa ajatusta staycationista mahdollisuutena toimettomuuteen ja arjessa hidastamiseen. Germann Molzin (2009, s. 282) sekä Jeurin ja Haartsenin (2016, s. 2) mukaan staycationiin kuuluva paikallaan oleminen voidaan kokea negatiivisesti, jos lomaympäristö on liian tuttu ja arkipäiväistynyt. Aineistossani paikallaanolo ja toimettomuus kuitenkin arvotetaan korkealle äitien kertomuksissa, mikä johtune siitä, että hotelli-staycationin tarjoama maisemanvaihdos kotiympäristöstä mahdollistaa lomatunnelmaan pääsyn ja rentoutumisen, joita staycationilta haetaan. Maisemanvaihdos ja erityisyyden kokeminen ovat oleellisia tekijöitä lomatunnelmaan pääsyssä (de Bloom ym., 2017; Jeurin & Haartsen, 2016, s. 2; Räikkönen ym., 2018, s. 37–38).

Erityisyyden eli arjen luksuksen hakeminen suhteessa arjen tavanomaisuuteen esitetään vanhemmuuden diskurssissa siis tärkeänä staycationilla. Vanhempien kertomuksien mukaan erityisyyden kokeminen mahdollistuu hotellin ylellisessä miljöössä:

*(...) sain huoneen, jossa oli kylpyamme ja ihana king size- sänky. Todellista luksusta, kun on tottunut välillä nukkumaan meidän 160cm sängyssä kahden muun ihmisen kanssa ja ottamaan aamuisin pikasuihkuja, kun vauva keinuttelee sätterissä ja esikoinen katsoo Ryhmä Hauta telkkarista. (...) Otin kuuman kylvyn, tein aiemmin hankkimani kasvonaamiot ja lopuksi laitoin kosteuttavat sukat jalkoihini. Ihanaa hemmottelua ja kylpy oli erityisen rentouttava pitkän päivän päätteeksi. (Ronja, blogi 12)*

*Illallisen jälkeen meidän loppuilta meni omassa spassa rentoutuen, oli skumppaa, saunaa, vaahtokylpyä ja suklaakonvehteja. Välillä käytiin viilentymässä kattoterassilla. (Aino, blogi 9)*

Ilmauksilla *kylpyamme, ihana king-size-sänky, kuuma kylpy, kasvonaamiot, kosteuttavat sukat; oma spa; skumppa; sauna; vaahtokylpy; suklaakonvehdit ja kattoterassi* kuvataan hotellin tarjoamia erityisyyden ja arjen luksuksen elementtejä, jotka tarjoavat vastapainoa arjelle. Ilmaukset *todellinen luksus ja ihana hemmottelu; erityisen rentouttava ja rentoutuminen* puolestaan ilmentävät kuinka ylellisyys saa merkitystä rentouttavana hotellin tarjoamana elementtinä. Ronja kuvaa itselleen staycationilla erityisenä mahdollisuutta

nukkua hyvässä sängyssä yksin. Ilmaukset *tottua nukkumaan kahden muun ihmisen kanssa 160cm sängyssä* ja *pikasuihkut* kuvaavat, etteivät nukkuminen ja kylpeminen olisi arjessa yhtä rentouttavaa kuin hotellissa. Tällainen erityisyyden ja vaihtelun hakeminen lomalla mahdollistavat lomatunnelmaan pääsyn (Jearing & Haartsen, 2016, s. 2, 18). Hemmottelu ja arkisten rutiinien rikkominen ovatkin syitä staycationin vieton (Besson, 2017, s. 41). Lisäksi osana hotellikokemuksen luksusta kuvataan toistuvasti erilaisia luksuksen symboleja, kuten kuohuviini, hotellin kylpytakit sekä kylpytohvelit, joiden ilmenemistä aineistossa käsitellen tarkemmin luvussa 6.1 hotellidiskurssin yhteydessä. Symboleiden toistuminen osaltaan ilmentää vanhemmuuden diskurssissa juuri erityishakuisuutta ja tarvetta hemmottelulle arjen ulkopuolella.

Rentoutuminen esitetään aineistossa yhdeksi staycationin viettämisen oleellisimmaksi motiiviksi. Rentoutumisen puhettavat korostuvat kuitenkin erityisesti vanhemmuuden diskurssissa. Sana *rentoutuminen* toistuu eri muodoissaan (*rentouttava; rentoutuminen; rentoilu; rentoutua*) kymmenessä blogijulkaisussa ja rentoutumista ilmentävä sana *nauttia* eri muodoissaan (*nauttia; nauttiminen; nautiskella*) kahdessatoista blogijulkaisussa. Näiden sanojen ilmeneminen suurimmassa osassa blogijulkaisuja ilmentää rentoutumisen saamaa suurta painoarvoa staycation-kokemuksessa. Tämä mukailee yleistä ajatusta lomailusta rentoutumisen keinona (ks. esim. Edensor, 2007, s. 210–211). Rentoutumisesta puhutaan kaikissa viidessä vanhempien staycationia käsittelevässä blogijulkaisussa. Edellä mainittujen toimittomuuden ja kiireettömyyden kokemusten lisäksi esimerkiksi kylpemisen ylellisyys liitetään rentoutumiseen: kylpemisestä puhutaan seitsemässä blogijulkaisuissa käyttäen ilmaisuja kuten *kylpy; hotellin spa- tai kylpyosasto; hotellihuoneen spa; sauna* ja *porealtaat*. Ronja (blogi 12) kutsuu kylpyä vielä *erityisen rentouttavaksi pitkän päivän jälkeen* painottaen rentoutumisen merkitystä vanhempien staycationilla tavallisen arkipäivän jälkeen. Edensor (2007) esittää, kuinka lomaillessa erityisen nautinnollista voi olla rentoutuminen ei-haastavassa ja miellyttävässä ympäristössä, kuten hotellissa, sekä arkielämän rasitusten sulkeminen ulkopuolelle (Edensor, 2007, s. 210–11). Luksuksen ja rentoutumisen ulottuvuuksien painottuminen vanhempien staycation-kokemuksissa rakentaa vahvaa kuvaa siitä, kuinka tärkeää vanhemmille on löytää staycationilla erityisyyttä ja vaihtelua kuormittavaan arkeen ja rentoutua sitä kautta.

Vaikka vanhemmuuden diskurssi rakentaa staycationista kuvaa arjen irtiottona vanhemmille, se myös esittää, ettei arjen rytmeistä tai rooleista kuitenkaan voi täysin irtautua niin lyhyessä ajassa.

*Vielä ennen nukkumaanmenoa soitin miehelle ja kyselin miten ilta oli lasten kanssa sujunut. Epäilin etukäteen, että minun olisi hieman vaikea irrottaa ajatukset kodista ja lapsista, mutta loppujen lopuksi pystyin todella hyvin elämään hetkessä ja nautiskelemaan täysillä omasta ajastani. (Ronja, blogi 12)*

*Aamu valkeni aika aikaisin kiitos kellojen kääntämisen, näinhän se vain on, ettei sitä oikein enää osaa nukkua pitkään kun rytmi on sama arjet ja viikonloput. (Kati, blogi 2)*

*Viiden tähden hotellissa on onneksi astetta parempi sänky, ja heräsinkin täysien yönien jälkeen suhteellisen levänneenä. Virkeä en voinut sanoa olevani, sillä kuukausien aikana kertynyt univaje ei valitettavasti kuittaannu yhdessä yössä. (Johanna, blogi 5)*

*Ainoastaan yksi asia jäi vähän harmittamaan – miksi emme varanneet saman tien kahta yötä! Seuraavan päivän olisi voinut vielä viettää muhkeassa sängyssä sarjoja katsellen ja edellisillalta jääneitä suklaita syöden. (Aino, blogi 9)*

Sanat *epäillä*; *hieman vaikea*; *sama rytmi*; *kuukausien aikana kertynyt univaje*; *valitettavasti* ja *harmittaa* äitien kertomuksissa ilmentävät, kuinka vanhemman roolista irrottautuminen ja staycation-loman lyhyt kesto esitetään pieninä haasteina tai haasteellisuuden mahdollisuuksina, jotka ovat täyden rentoutumisen tiellä. Positiivisina asioina Ronja esittää pystyneensä *elämään todella hyvin hetkessä ja nautiskelemaan täysillä* ja Johanna sanoo levänneensä *suhteellisen hyvin*; *viiden tähden hotellin paremman sängyn* ansiosta. Aino ilmaisee harmituksensa staycationin lyhyestä kestosta arvottaen toimeettomuuden ja erityisyyden jatkumista käyttäen ilmauksia *olisi voinut viettää*; *muhkea sänky*; *sarjojen katselu* ja *suklaan syönti*. Nämä kertomukset ilmentävät vanhemmuuden diskurssissa arjen kuormittavuuden tason olevan niin korkealla, ettei lyhyt irtiotto riitä täysin rentoutumiseen, vaikka rentoutumiseen tarvittavat asiat, kuten erityisen hyvä sänky, ovatkin saatavilla. Myös Germann Molz (2009) esittää, kuinka staycation on saanut kritiikkiä riittämättömyydestään rentouttaa tarpeeksi arjen kuormituksesta (Germann Molz, 2009, s. 282). Aineistossa kuitenkin lyhytkin hengähdystauko arvotetaan korkealle, kuten Ronja kertoo:

*21 tuntia omaa aikaa oli aivan ihanaa ja rentouttavaa ja sen jälkeen oli taas hyvä fiilis palata kotiin perheen luokse. Päätin, että teen vastaavanlaisen irtioton vielä uudemman kerran jossain vaiheessa, niin älyttömän hyvää teki olla hetki ihan vain itsensä ja omien ajatusten parissa. (Ronja, blogi 12)*

Positiivisesti latautuneet ilmaukset *21 tuntia omaa aikaa; aivan ihana ja rentouttava; hyvä fiilis ja älyttömän hyvä* kuvaavat, kuinka staycation kannattaa, jos tarvitsee edes pienen hengähdysketken irtiottona äitiyden tai vanhemmuuden roolista. Staycation voikin tarjota nopeaa helpotusta (*quick fix*) arjen kiireisiin (Besson, 2017, s. 45). Vanhemmuuden diskurssissa vanhempien toimijaroolit esiintyvät siis vahvoina ja ilmentävät staycationin arvoa vanhemmille tärkeänä arjesta irtautumisen tapana. Kuitenkin myös toisenlaiset toimijat viettävät staycationia, kuten Roosan blogijulkaisu ilmentää:

*(Kun staycationeita) on markkinoitu lähinnä dinkkupariskuntien harrastukseksi, nyt (hotelli) on kehitelty loistavien perheille, tai myös kaveriporukoille sopivien Double King -huoneiden kaveriksi lapsille Taikaa -konseptin, jonka myötä staycationit on myös perheille oiva lomaviettotapa! (Roosa, blogi 8)*

Blogijulkaisussaan Roosa, joka viettää staycationia perheensä kanssa, kutsuu staycationia *lähinnä dinkkupariskuntien harrastukseksi*, haastaen idean staycationista lapsiperheen pariskuntien ajanviettotapana. Roosin käyttämä ilmaus on hyvin poikkeava staycationin määritelmä verrattuna muihin blogijulkaisuihin. ”Dinkkupariskunta” on uudenlainen nimitys työssäkäyville, lapsettomille pariskunnille<sup>1</sup>. Sanalla *harrastus* Roosa kuvaa staycationia ikään kuin virkistyskeinona tai vapaa-ajanvietteenä pariskunnille. Ilmauksella *myös perheille oiva lomaviettotapa* Roosa esittää staycationia myös perheiden aktiviteetiksi pariskuntien lisäksi. Kaksi muutakin blogijulkaisua (Liisa, blogi 11 ja Kristiina, blogi 13) käsittelevät staycationia perheenjäsenien yhteisenä aikana. Tämä laajentaa kuvaa staycationia viettävien toimijaroolien joukosta. Aineistossa esiintyvät toimijuudet mukailevat James ym. (2017, s. 387, 390) tutkimusta, jonka mukaan staycation-matkailijat ovat yleisimmin joko naimattomia tai perheellisiä pariskuntia.

Yhteenvedon tulkitsemiseksi, kuinka vanhemmuuden diskurssissa staycationin viettäminen kietoutuu vanhempien kertomuksissa hyvin vahvasti lapsiarjen kuormittavuudesta ja kiireestä irtautumiseen hetkellisesti. Diskurssissa vanhemmuus määrittyy kuormittavana ja velvollisuuksien täyttämänä, jolloin arjessa arvotetaan korkealle sekä vanhempien yhteinen

<sup>1</sup> ks. Tunnetko jo termin dinkku?

[https://www.menaiset.fi/artikkeli/joka\\_paiva/tunnetko\\_jo\\_termin\\_dinkku](https://www.menaiset.fi/artikkeli/joka_paiva/tunnetko_jo_termin_dinkku)

että vanhemman oma aika, muiden sosiaalisten suhteiden ylläpito, arjen luksuksen kokeminen, kiireettömyys, toimettomuus ja rentoutuminen, joita ei kuitenkaan arjesta kuvata olevan mahdollista kokea. Vanhemmuuden diskurssi rakentaa staycationista kuvaa mahdollisuutena täyttää näitä arjen luomia tarpeita.

## 5.2 Turistina kotikaupungissa

Paikallisuuden diskurssin keskiössä on paikallisen ja turistin roolien välinen vuoropuhelu sekä arjessa että lomalla. Aineistossani yhdeksässä blogijulkaisussa puhutaan joko paikallisuuden tai turistiuden eri ulottuvuuksista staycationilla. Paikallisuuden diskurssi rakentaa yhtäältä mahdollisuutta paikalliselle viettää staycationia turistina omassa kotikaupungissa siihen tutustuen. Toisaalta paikallisuuden diskurssi esittää myös, kuinka paikallisuuden rooli myös vapauttaa turistin roolista, koska oma kotikaupunki nähdään jo tarpeeksi tutuna. Diskurssi jakautuu puhetapoihin, jotka ilmaisevat joko halua tai haluttomuutta toimia kotikaupungissa turistina. Lisäksi paikallistiedolle, -kokemuksille ja -muistoille omaan kotikaupunkiin liittyen annetaan merkityksiä osana staycation-kokemusta.

Paikallisuuden diskurssissa yksi tapa puhua on osoittaa kiinnostusta tutustua omaan kotikaupunkiinsa osana staycationin viettoa, esittäen kuitenkin kuinka arjen kiireet estävät tutustumisen, kuten Iiris ja Anna kertovat:

*Kaupungilla tekisin kaikkea ihanaa, mitä mieli tekee, ja mille ei ole arkiviikkoina mahdollisuutta. (Maria, blogi 3)*

*Oli hauskaa tuumailla miltä se (kotikaupunki) näyttäisi lomapäivänä ja mitä oikeasti haluaisin nähdä kun olisi aikaa. (Kotikaupungissa) ollessani sitä kuitenkin jumahtaa monesti vain niihin omiin arkiympyröihin, eikä pääse edes puolen kilsan päähän museoon, jonka näyttelystä olisi pitkään haaveillut. (...) (kaupungissa) kirjaimellisesti asumme taidemuseon naapurissa. (paikan) työväentalot ovat jääneet tutkimatta, vaikka kävelemme niistä ohi päivittäin monta kertaa. Lomapäivänä tämä olisi helppo homma. (Iiris, blogi 7)*

*Blineiltä lähdettyämme ihastelimme (kadunnimi) taidetta. Arkikiireissä ei tule kovin helposti katsetta nostettua tiestä ylöspäin, ja nyt hämmästelimmekin, mitä kaikkea sinne tienvarteen oli kulkijoiden iloksi aseteltukaan. (Anna, blogi 6)*

Iiris ilmaisee kiinnostustaan tutustua kotikaupunkiinsa ilmauksilla *ihanaa; hauskaa; haluta nähdä ja haaveilla pitkään*. Esteitä arjessa kaupunkiin tutustumiselle esitetään kuitenkin ilmauksilla *ei ole arkiviikkoina mahdollisuutta; ei aikaa; jumahtaa arkiympyröihin; ei pääse edes puolen kilsan päähän museoon; jäädä tutkimatta ja arkikiireet*. Staycationilla kotikaupunkiin tutustuminen voisi olla kuitenkin mahdollista ja odotettua, kuten Iiriksen ja Annan käyttämät ilmaukset *helppo homma, ihastella ja hämmästellä* ilmentävät. Paikallisuuden diskurssissa arki kuvataan niin kiireisenä ja rutinoituneena, ettei kotikaupungin nähtävyyksiä ehdi kokea. Otteet kuitenkin esittävät, että staycationin viettäminen kotikaupungissa antaa mahdollisuuden kotikaupunkiin tutustumiselle. Jeuring ja Haartsen (2016, s. 2) esittävät haasteena kodin lähellä olevien paikkojen arkipäiväisyyden ja tavallisuuden paikallisen silmissä, mikä voidaan kokea riittämättömänä lomailun tarpeiden, kuten uutuudenviehätyksen kokemiseen. Iiris ja Anna kuitenkin ilmentävät aineisto-otteissa, kuinka juuri arjen kiireet estävät näkemästä oman kotikaupungin ihmeitä ympärillä. Staycation kuvataan mahdollisuudeksi näiden asioiden kokemiseen.

Paikallisuuden diskurssi rakentaa staycationista kuvaa tilaisuutena vapautua arjen kiireistä niin, että omaan kotikaupunkiin tutustuminen turistin roolissa mahdollistuisi. Tämä ilmenee seuraavasti:

*(Staycation) antaa tilaisuuden tutustua omiin kotikulmiinsa turistin silmin.* (Maija, blogi 1)

*(...) aloimme katsella kaupunkiamme matkailijan silmin.* (Anna, blogi 6)

*Olen aina halunnut tietää millaista se olisi herätä omasta sängystä ja tietää olevansa lomalla, jolloin saa nähdä kotihoodzit ihan uusin silmin!* (Iiris, blogi 7)

*Ajatuksena on jäädä kotikaupunkiin ja olla siellä kuin turisti lomalla. Tutkia ja ihmetellä ja yöpyä hotellissa.* (Kati, blogi 2)

Kielelliset ilmaukset *turistin/matkailijan/uusin silmin* (Maija, Anna, Iiris) tai *olla kuin turistina* (Kati, Jenna, Aino) esiintyvät kuudessa blogijulkaisussa puhuttaessa kotikaupunkiin tutustumisesta paikallisena. Ilmaus *turistin (ym.) silmin* kuvastaa sitä, kuinka paikallisen rooliin on otettava uutta näkökulmaa, siis ikään kuin ”turistin lasit” päähän, jotta oman kotikaupungin näkee kiinnostavana lomakohteena (vrt. Besson, 2017, s. 36). John Urryn mukaan turistin katseen (*tourist gaze*) omaksuminen lomalla onkin oleellinen keino havainnoida itselle uusia asioita lomaympäristöstä (Urry, 1990, s. 1–2, Franklinin, 2003, s.



178 mukaan). Turistiksi muuttuminen omassa kotikaupungissa onkin yksi keino päästä lomatuunnelmaan (Germann Molz, 2009, s. 281; ks. Räikkönen ym., 2018, s. 27). Samoin myös uusien kokemusten löytäminen kotiympäristöstä mahdollistuu turistin roolin omaksumisen kautta (Diaz-Soria, 2016).

Toisaalta ilmaus *olla kuin turistina* kuvastaa kuin roolileikkiä, johon paikallinen voi ryhtyä tutustuessaan kotikaupunkiinsa. Ilmauksen käytöstä saa myös kuvan, että paikalliset voivat tuntea olevansa kuin turisteja lomaillessaan kotikaupungissaan. Kati kuvaa turistin toimintaa *tutkimiseksi ja ihmettelyksi ja hotellissa yöpymiseksi*, mikä ilmentää juurikin turistin perinteistä, jopa stereotyyppistä, toimintaa lomamatkalla (Edensor, 2007; Jeurig & Haartsen, 2016, s. 4–5). Franklinin (2003, s. 11) mukaan paikalliset viettävät arkeaan samoissa tiloissa turistien kanssa, käyttäen samoja palveluja. Edensorin (2007, s. 202–203) mukaan turistien toiminta matkakohteessa noudattaa diskursiivisien käytäntöjen muodostamien normien mukaisia oletuksia eli rakenteita siitä, kuinka turistina toimitaan. Näin turistin rooli omaksutaan usein tiedostamatta ja alitajuisesti. (Edensor, 2007, 210–11.) Paikallisuuden diskurssi kuitenkin esittää, kuinka turistin rooli omaksuttaisiin tietoisesti, aktiivisesti pyrkien turistimaiseen toimintaan staycationilla. Tämä turistin roolin ottaminen mahdollistaa arjesta tuttujen paikkojen näkemisen uudesta näkökulmasta. Näiden ilmausten käyttö rakentaa staycationista kuvaa jonkinlaisena mielentilana (ks. Räikkönen ym., 2018), jossa paikallinen voi tietoisesti muuttaa asennoitumistaan kotikaupunkia kohtaan ja katsella sitä eri roolista kuin normaalisti. Staycationilla muutos arjesta lomailuun tapahtuu siten enemmän lomailijan asenteessa ja mielentilassa kuin ympäristössä tai toiminnassa (Besson, 2017, s. 36).

Paikallisuuden diskurssissa kotikaupungin näkeminen uudesta näkökulmasta pitää sisällään myös ajatuksen siitä, kuinka ulkopuolelta tutut paikat ja rakennukset saavatkin staycationilla uuden merkityksen. Johanna ja Liisa kertovat ajatuksiaan kotikaupungin rakennuksiin liittyen:

*(...) kokemuksen (hotellista) rajoittuivat vain aulabaarissa nautittuun 15 euron minttukaakaeroon, joten oli mielenkiintoista päästä näkemään hotelli sisältä ihan kunnolla (...)* (Johanna, blogi 5)

*Koskaan emme kuitenkaan ole käyneet rakennuksen hotellikerroksissa – eihän meillä ole ollut sinne mitään asiaa. Kunnes yhtäkkiä nyt. (...) Kotikaupungista avautuu uusia ovia. Tuntuu mukavalta päästä sisään ulkopuolelta tuttuun paikkaan, jota on aina katsellut ohi kulkiessaan.* (Liisa, blogi 11)

Ilmaukset *kokemukseni rajoittuivat; emme ole koskaan käyneet ja on aina katsellut ohi kulkiessaan* ilmentävät, kuinka kuvatut paikat ovat läsnä ja näkyvillä paikallisten arjessa, mutta niistä ei ole muita kokemuksia. Adjektiivien *mielenkiintoinen* ja *mukava* käyttö ilmentävät positiivista asennoitumista tuntemattomiin paikkoihin tutustumiseen kotikaupungissa. Ilmaukset *ulkopuolelta tuttu ja nähdä hotelli sisältä* kuvaavat kuinka rakennus, esimerkiksi hotelli, voi olla tuttu ulkoapäin, mutta tuntematon sisältä, ja siksi kiinnostava kohde paikalliselle staycationin viettäjälle. Kotikaupungin rooli arkielämän tapahtumapaikkana aiheuttaa usein ympäristön arkipäiväistymistä ja rutinoitumista ihmisten mielissä, jolloin näkemisen arvoiset kohteet jäävät ikään kuin huomaamatta (Edensor, 2007, s. 200). Paikallisuusdiskurssissa kotikaupungin paikkojen tuttuuden ja tuntemattomuuden kuvailu rakentavat kuvaa, kuinka paikallisenakin oma kotikaupunki voi olla verrattain tuntematon kohde, mikä mahdollistaa turistin kokemukset ja koetun uutuudenviehätyksen lähelläkin.

Jotkut bloggaajat esittävät blogijulkaisuissaan myös turistina toimimisen tarpeettomuuden ja vapauden valita, haluaako toimia turistina staycationilla vai ei. Vaikka paikallisuuden diskurssissa puhutaan mahdollisuudesta viettää staycationia kotikaupunkia kierellen, tätä ajatusta myös haastetaan puhumalla paikallisen mahdollisuudesta valita toisin. Esimerkiksi bloggaajat Kati, Jenna ja Aino määrittelevät staycationin aluksi lomaksi kotikaupungissa, jossa kotikaupunkiin voi tutustua turistina, mutta kertovat sitten joko omasta valinnastaan tai valinnan mahdollisuudesta jäädä hotelliin:

*Vaikka ajatuksena saattaisi olla tutkia kotikaupunkiaan kuin turisti, tarjoaa staycation toisaalta helpotuksen siinä, ettei ole pakko juosta paikasta toiseen, tutkia ja ihmetellä, vain saa vain olla, sillä kaupunki on todennäköisesti suhteellisen tuttu.(...) Koska (kaupunki) ja (kaupunginosa) ovat meille niin tuttuja, otimme todella rennosti. (Kati, blogi 2)*

*Staycation on loistava tilaisuus tutustua (kaupungin) nähtävyyksiin, jos niitä ei muuten tule kierrettyä. (...) Toisaalta taas staycation voi olla täydellinen mahdollisuus pelkkään rentoutumiseen ja ylellisestä hotellielämästä nauttimiseen, varsinkin jos arki on yhtä juoksua paikasta toiseen. (Jenna, blogi 4)*

*On oikeastaan aika hauskaa viettää lomaa omassa kotikaupungissa, vähän kuin turistina. Tai tehdä kuten me, viettää vuorokausi hotellihuoneessa, kaupunkia sen kattoterassilta ihailien (samalla kuohuviiniä siemaillen). (Aino, blogi 9)*

Jenna ja Aino kuvaavat staycationia ilmaisuin *loistava tilaisuus* ja *aika hauska* puhuessaan kotikaupunkiin tutustumisesta ilmentäen, kuinka staycation olisi sopiva mahdollisuus tutustua kotikaupunkiin. Kati kuvaa ilmauksilla *helpotus* ja *ei ole pakko* positiivista asennoitumista turistin roolista vapautumista kohtaan. Kati esittää turistin roolin unohtamisen syyksi *kaupungin tuttuuden*. Kaupungin tuttuus ja arkipäiväisyys ovatkin haasteita kotikaupungissa lomailussa, koska uutuudenviehätys puuttuu (Jeuring & Haartsen, 2016, s. 2; Räikkönen ym., 2018). Kati ja Jenna ovat lisäksi valinneet ilmauksen *juosta paikasta toiseen* viitattaessaan turistin rooliin liittyviin suorituspaineesiin tai arkielämän kiireisiin. Kielellisillä valinnoillaan he rakentavat kuvaa paikallisen roolista ikään kuin turistin roolista ja kiireestä vapauttajana staycation-lomalla.

Kati, Jenna ja Aino esittävät samalla staycationin vietolle myös muita tarpeita kuin kotikaupunkiin tutustumisen: toimettomuuden ja rentoutumisen muulla tavalla kuin turistina. Tätä Kati ja Jenna ilmaisevat suorasti ilmauksin *ottaa todella rennosti* ja *täydellinen mahdollisuus pelkkään rentoutumiseen ja ylellisestä hotellielämästä nauttimiseen*. Aino ilmaisee rentoutumisen tarpeen epäsuoremmin puhumalla *kaupungin ihailemisesta kattoterassilla* ja *kuohuviinin siemailemisesta*. Tämä kielenkäyttö merkityksellistää staycationia mahdollisuutena valita lomalla omaan tarpeeseen sopivan toimintatavan: joko toimettomuuden tai kaupunkiin tutustumisen.

Paikallisuuden diskurssin mukaan staycation vapauttaa suorituspainesta, olivat ne sitten lomalla turistin roolissa tai arjessa tavallisesti koettuja. Esimerkiksi Liisa ilmentää blogikirjoituksessaan, kuinka turistin toiminta ei olisi yhtä rentouttavaa kuin hotelliyöpyminen:

*Näimme ikkunoista paikkoja, joiden ohi olimme usein juosseet kiireessä. Nyt alhaalla kulki muita ihmisiä kuin muurahaisia – meillä ei ollut hoppua yhtään mihinkään. (...) Istuimme aamiaisella pitkään, ja sen jälkeen oli vielä aikaa laiskotella huoneessa puoleenpäivään saakka. Eihän meillä ollut omassa kotikaupungissamme mitään sen kummempaa tekemistä – ei ainakaan sellaista, mitä emme olisi voineet tehdä joskus toistekin. (Liisa, blogi 11)*

*Ei ole kiire tutkimaan kaupungin nähtävyyksiä. Voi kerrankin olla ihan rauhassa ja luovuttaa huoneen vasta viime hetkellä. Kaikki se lomamatkoilta tuttu kiire on poissa, kun ei tarvitse tehdä tai nähdä kohteessa yhtään mitään. (Tämä pätee varsinkin meihin, sillä uudessa paikassa haluamme aina nähdä ”kaiken” ja aikataulumme on monesti jo aamusta hermoja raastava.) (Liisa, blogi 11)*

Liisa kuvaa turistin roolia ja arkielämää toistamalla sanaa *kiire*. Hän puhuu *lomamatkoilta tutusta kiireestä; hermoja raastavasta aikataulusta ja halusta nähdä aina 'kaiken'* perinteiseen lomailuun viitatessaan luoden negatiivista sävyä turistin roolille. Lisäksi hän käyttää ilmausta *juosta* viitaten arkielämän hektisyyteen. Liisa puhuu useaan otteeseen blogijulkaisussaan, paikallisen rooliin liittyen, kuinka kiire ja suorituspainet ovat poissa turistin roolista vapautuessa, vaikka olisikin lomaa viettämässä staycationilla. Tätä hän ilmentää ilmauksilla *ei ollut hoppua; kiire on poissa; laiskotella; ei kummempaa tekemistä; voi kerrankin olla ihan rauhassa ja ei tarvitse tehdä tai nähdä kohteessa yhtään mitään*. Hänen mukaansa kaupungin kiertelyn voi tehdä *joskus toistekin*, koska paikallisena siihen on mahdollisuus. Räikkösen ym. (2018, s. 37) tutkimuksessa vapaa-ajan vietosta kotikaupungissa puhuttaessa lomakohteet nähtiin tuttuina ja niitä pidettiin ikään kuin aina saatavilla, mikä vähensi koettua uutuudenviehätystä. Liisa ilmentää lausahduksellaan samaa näkökulmaa. Nähtävyyksien katselun unohtamalla staycationilla voi keskittyä vain rentoutumiseen. Tämä puhetapa merkityksellistää staycation-lomaa paikallisen mahdollisuutena rentoutumiselle ilman muun elämän tai lomailun asettamia suorituspaineita ja ilmentää kotikaupungin nähtävyyksiä ikään kuin itsestäänselvyyksinä, koska ne ovat aina saatavilla.

Paikallisten kertomukset eräänlaisina kotikaupunkinsa asiantuntijoina on yleinen puhetapa paikallisuuden diskurssissa staycationista puhuttaessa. Viidessä blogijulkaisussa bloggaajat jakavat paikallistietoa –tai kokemuksia kerrottaessa staycation-lomasta. Kati, Tiia ja Kristiina ilmentävät paikallistiedon välittämistä seuraavasti:

*Kylpylässä olemmekin useasti vierailleet (ja kaksi kertaa olen syntymäpäivälahjana käynyt span puolella hieronnassa sekä kasvohoidossa, suosittelen!).* (Kati, blogi 2)

*(...) mikäli teillä on rantalomaa ajatellen joustavuutta, eikä kuumuus haittaa, niin kesäkuukausina (miksi tämä syyskuukin lasketaan) täällä (maassa) voi saada majoituksen todella upeista hotelleista super edullisesti, sillä turisteja on talvikautta huomattavasti vähemmän.* (Tiia, blogi 4)

*(Ravintolan) lounas oli kolmisen vuotta sitten kantalounaspaikkani, kun olin kerran viikossa töissä samassa talossa, mutta sen jälkeen en ole tuolla käynyt. Muistin ihan oikein, että (ravintolasta) saa erinomaista pizzaa.* (Kristiina, blogi 13)

Otteet voi tunnistaa informatiivisiksi ilmauksista *suosittelen* ja *mikäli teillä on*. Paikallistieto pohjautuu kokemustietoon, jota paikallisella on kotikaupungistaan. Tätä kuvataan ilmauksin

*useasti vierailleet; käynti syntymäpäivälahjana; kantalounaspaikkani ja muistin ihan oikein.* Blogijulkaisuissa bloggaajat rakentavat paikallisuuden diskurssia kertomalla arkisia kokemuksiaan ja arvioita esimerkiksi hotelleista ja ravintoloista, mikä kuuluu osaltaan bloggauskulttuurin puhetapaan (vrt. Lin & Huang, 2006). Kozinets ym. (2010, s. 72) mukaan erilaisten arvioiden antaminen on blogeissa luonnollinen tapa esimerkiksi auttaa lukijoita tekemään kulutusvalintoja (Kozinets ym., 2010, s. 72). Kertomusten kautta staycationista rakentuu kuva ikään kuin osana paikallisten arkielämää ja kokemuksia. Edensor (2007) ja Franklin (2003) argumentoivat tutkimuksissaan myös, kuinka arkielämän ja lomailun tilat ovat yhteen kietoutuneita ja samanaikaisia. Bloggaajan rooli mielipidevaikuttajana perustuu informatiivisen bloggauskäytännön hyödyntämiseen blogijulkaisujen viestinnässä (ks. esim. Lin & Huang, 2006). Erityisesti Tiia, joka asuu Suomen ulkopuolella paikallisena maassa, joka on suosittu luksusmatkakohde, hänen paikallistietoudellaan voi olla entistä suurempi merkitys lukijoille, jotka suunnittelevat lomamatkaa hänen nykyiseen kotimaahansa.

Paikallisdiskurssissa myös paikallismuistot esitetään osana staycation-kokemusta. Matkailussa yleensäkin matkailijan arkielämän kokemukset ja muistot määrittävät matkailukokemuksia, koska matkailu ja arki ovat osa samaa elämän jatkumoa (Edensor, 2007, s. 199; Franklin, 2003, s. 28). Staycation ei ole tässä suhteessa poikkeus. Tämä ulottuvuus korostuu erityisesti, kun lomalle ei lähdetäkään kotikaupunkia kauemmaksi. Kati kertoo merkityksellisestä muistosta liittyen kylpylään, jossa oli viettämässä staycationia:

*En voi olla miettimättä siellä (ravintolassa) sitä, että vanhempani veivät esikoisen pizzalle sinne, kun itse olin päivän vanhan kuopuksen kanssa (sairaalan) potilashotellissa muutama vuosi sitten. Ukki osti kylpylän kioskista isosiskolahjaksi My Little Ponyn. Aina tuon ponin nähdessä muistan pizzeriaan liittyvän erityisen muiston! (Kati, blogi 2)*

Ilmausten *en voi olla miettimättä* ja *muistan aina erityisen muiston* käyttäminen ilmentävät, kuinka Katille kylpylähotellista, staycationin viettopaikasta, ostettu lelu tuo tärkeitä muistoja mieleen arkielämän tärkeästä kokemuksesta. Tuttuihin paikkoihin liitetään usein monenlaisia tunteita, aiempia kokemuksia ja niiden tuottamaa kuulumisen tunnetta (Tuan, 1974; 1977, Räikkönen ym., 2018, s. 29 mukaan). Katin lausahdus osoittaa, kuinka paikallisuuden diskurssissa arkielämän muistot voivat kulkea mukana staycation-kokemuksessa tehden mahdollisesti siitä erityisemmän.

Paikallisdiskurssissa omista kotikaupungeista puhutaan positiiviseen sävyyn kehuen niiden ominaisuuksia. Tämä rakentaa paikallisdiskurssiin eräänlaista kotipaikkarakkauden ulottuvuutta kuvastaen arvostusta, jota omaa kotikaupunkia kohtaan ilmaistaan, kuten Jenna, Liisa ja Iiris tekevät:

*(Kaupungin) näkee muuten aivan uusin silmin kun yöpyy muualla kuin kotona. Saamme olla ylpeitä (...) kaupungistamme, se alkaa olla jo kansainvälisesti kiinnostava kohde ja täällä on matkailijoille paljon nähtävää ja koettavaa. (Jenna, blogi 4)*

*Kävimme heti hotelliin saavuttuamme katselemassa näkymiä ja bongasimme esimerkiksi (nähtävyyden nimi), (nähtävyyden nimi) ja (nähtävyyden nimi). Kyllä (kaupungin nimi) on hieno kaupunki! (Liisa, blogi 11)*

*Mie rakastan (kaupunkia). Se on ehkä aikaisemmistakin postauksista saattanut käydä ilmi. Minusta (kaupunki) on Suomen kaunein kaupunki ja sen sijainti kahden järven välissä ja maailman korkeimman soraharjun kupeessa on ihan lyömätön. (Iiris, blogi 7)*

Ylläolevissa aineisto-otteissa kotikaupunkeja kehuaan positiivisesti latautunein sanoin *ylpeä; hieno; rakastaa* sekä ilmaisuin *Suomen kaunein kaupunki; kansainvälisesti kiinnostava kohde; paljon nähtävää ja koettavaa ja lyömätön sijainti*. Kotipaikkarakkauden ulottuvuus staycation-kokemuksessa voi siten lisätä kokemuksen arvoa, kun oma kotikaupunki nähdään positiivisessa valossa jo ennen staycation-lomaa tai sen viettämisen ansiosta. Ennen kaupunkiympäristöt on nähty kiinnostavina, viihdyttävinä ja vetovoimaisina lähinnä turisteille (Franklin & Crang, 2001, s. 9). Voisivatko staycationin myötä paikalliset nähdä kotikaupunkinsa vetovoimaisina myös omasta näkökulmastaan?

Yhteenvetona tulkitsemme, kuinka paikallisuuden diskurssin keskiössä on arkisen paikallisen roolin ja turistin roolin välinen vuoropuhelu. Paikallisuuden diskurssi rakentaa staycationista kuvaa sekä turistin roolin omaksumisen että siitä vapautumisen tilana. Molempia rooleja merkityksellistetään rentouttavina ja mielekkäinä staycationilla, ilmentäen eri syitä staycationin vieton kotikaupungissa. Paikallisuuden diskurssissa arkielämän kuvataan olevan osa staycation-kokemusta: paikallistiedon sekä –muistojen jakaminen kotikaupungista ovat luonteva osa bloggaajien paikallisuuden kertomuksia. Diskurssi myös ilmentää paikallisten arvostusta kotikaupunkiaan kohtaan ja kuinka tämä arvostus mahdollisesti parantaa staycation-kokemusta.

## 6. LOMAILUN PAIKAT LÄHELLÄ

Lomailuun liittyvät diskurssit jakautuvat kahteen tapaan puhua staycationista lomailuna: hotellidiskurssiin sekä kotiloman diskurssiin. Lomatunnelmaan pääsy ja erityisyyden kokeminen staycationilla joko hotellissa, kotona tai kotikaupungissa arvotetaan oleellisiksi osiksi staycation-kokemusta. Diskurssien keskiössä ovat siis staycationin viettämisen paikat ja ympäristöt sekä niille annetut merkitykset. Lomailuun liittyvissä diskursseissa hotellin rooli esitetään dominoivampana staycationin viettämisen paikkana verrattuna kotona tai kotikaupungissa vietettyyn staycationiin.

### 6.1 Yö kotikaupungin hotellissa

Staycationia voidaan viettää sekä kotona että hotellissa lähellä kotia (Alexander ym., 2011; James ym., 2017, s. 404; Sharma, 2009). Hotelliloman diskurssin dominoivuus lataa aineistossani painoarvoa enemmän hotellissa kuin kotona yöpymiselle esittäen hotellissa yöpymisen blogiteksteissä vallitsevana ja normatiivisena staycationin viettotapana ja -paikkana. Yksitoista kaikista neljästätoista blogijulkaisusta käsittelevät aiheenaan staycationia hotellissa vietettynä lomana. Hotelliloman viettotapa vaihtelee: viettotapana voi olla (1) hotellissa oleskelun ja yöpymisen lisäksi muu lomailutoiminta kotikaupungissa (2) ajanvietto hotellissa ja korkeintaan ravintolakäynti kaupungilla sekä (3) ajanvietto pelkästään hotellissa. Hotellilomaa viettävät sekä pariskunnat, perheet että äidit.

Hotelliloman diskurssin dominoivuus ilmenee esimerkiksi seuraavissa otteissa:

*Tavallisesti sanalla (staycation) kuvataan hotellilomaa omassa kotikaupungissa. (Iiris, blogi 7)*

*(hotelli) osoitti, miksi staycation omassa kaupungissa voi olla jopa parempi kokemus kuin hotelliloma jossain muualla. (Liisa, blogi 11)*

Iiriksen käyttämä sana *tavallisesti* tuottaa mielikuvan staycationin hotellilomaksi määrittelyn yleisyydestä. Kun Liisa vertaa staycationia *paremmaksi kokemukseksi kuin hotelliloma jossain muualla* hän myös epäsuorasti määrittelee staycationin hotellilomaksi. Myös Roosa määrittelee staycationin tarkoittavan *yhden tai kahden yön kestäviä hotellilomia omassa tai lähikaupungissa*. Hotelliloma-sana on tässä ainut termi, jolla staycationia määritellään. Ainoastaan hotellin sijainti voi Roosan mukaan vaihdella, hänen puhuessaan

*omasta tai lähikaupungista.* Johanna (blogi 5) puolestaan nimittää staycationia *mini(hotelli)lomaksi*. Miniloma-sanana väliin lisätty hotelli-sana antaa kuvan oletuksesta, jonka mukaan staycationia vietettäisiin hotellissa. Germann Molz (2009) ja Sharma (2009) määrittelevät staycationin ensisijaisesti kotona vietetyksi lomaksi. Blogijulkaisuissa tätä määritelmää ei kuitenkaan käytetä, vaan staycation määritellään suoraan hotellissa vietetyksi lomaksi. Vaikkei blogijulkaisuissa suoraan määriteltäisi staycationia hotellilomaksi, hotelliloman diskurssi on silti vallitseva, kun muuta tapaa tai paikkaa viettää staycationia ei mainita saati käsitellä lainkaan. Tällaisella diskurssilla ilmenevällä muiden mahdollisten näkökulmien hiljaisuudella tuotetaan staycationista vahvaa kuvaa hotellilomana.

Hotelliloman diskurssin dominoivuus esiintyy vahvana niissäkin kolmessa blogijulkaisussa, jossa staycationia vietetään pääosin kotona tai kotikaupungissa. Kaikki kolme koti-staycationia käsittelevää blogijulkaisua (Maria, blogi 3; Anna, blogi 6 ja Iiris, blogi 7) tunnistavat tarpeen tai mahdollisuuden yöpyä staycationilla hotellissa kodin ulkopuolella, jotta pääsisi parhaiten lomatunnelmaan, kuten Maria ilmentää seuraavasti:

*(...) jo yksikin kodin ulkopuolella vietetty hotelliyö staycation henkeen voi tehdä lomantunnulle ihmeitä. (...) esimerkiksi yhden yön (kaupungin) miniloma todella tuntui vähintään pidennetyltä viikonlopulta.* (Maria, blogi 3)

Maria ilmentää ilmauksilla *jo yksikin hotelliyö; staycation henkeen; tehdä lomantunnulle ihmeitä; miniloma; tuntui vähintään pidennetyltä viikonlopulta* lomatunnelmaan pääsyä hotellilomalla rakentaen ajatusta maisemanvaihdoksen tarpeesta kotilomalla lomatunnelmaan pääsemiseksi. Hän ilmaisee myös, kuinka tehokas yksikin hotelliyö kodin ulkopuolella voi olla rentoutumisen kannalta (vrt. Sharma, 2009). Ilmaus *hotelliyö staycation henkeen* oli mielenkiintoinen, ilmentäen ikään kuin jonkinlaista tiettyä käytäntöä tai tapaa, miten staycationia kuuluisi viettää hotellissa. Näillä ilmauksilla Maria kuvaa kotona vietettyä staycationia hotellilomaa tehottomampana tapana päästä lomatunnelmaan.

Annan (blogi 6) käyttämät ilmaukset lauseessa: *Tosin ollakseen ihan todellinen staycation, olisi meidän ehkä pitänyt asua hotellissa* ilmentävät erityisen hyvin hotellidiskurssin normatiivisuutta. *Pitää*-verbi ilmaisee eräänlaista pakkoa, minkä lisäksi ilmaisu *ihan todellinen staycation* luo merkityksen, kuinka hänen viettämänsä staycationia ei voisi kutsua oikeaksi staycationiksi, koska se ei sisältänyt yöpymistä hotellissa. Lausahdus rakentaa



ajatusta ikään kuin hänen staycationinsa olisi leikkiä tai vähemmän sopiva staycationin viettotapa. Iiris (blogi 7) ilmaisee julkaisussaan halun nukkua yöt hotellissa staycationilla läpi tekstin, kuten esimerkiksi tässä otteessa: *Ja mikä parasta, nukahtaa pehmeisiin prässättyihin lakanoihin jossain toisella puolella cityä ja herätä valmiiseen pöytään.* Hänenkin julkaisussaan on siis vahvasti esillä hotelliloman diskurssi. Vielä yleiset ilmaukset hotellilomasta puhuttaessa *pehmeät prässätyt lakanat sekä herätä valmiiseen pöytään* rakentavat oleellisesti hotellidiskurssia. Lisäksi se, että nämä asiat kuvataan *parhaimmiksi* asioiksi staycationilla, korostavat hotelliyön merkitystä staycationilla entisestään.

Anna kuitenkin vielä haastaa hotelliloman diskurssia argumentoimalla kotona vietetyn loman hyödyistä verrattuna hotellilomaan:

*Vielä helpommaksi tämän erikoisen ”kaupunkilomasen” teki kuitenkin se, että meidän ei tarvinnut viikonloppuna pakata, eikä myöskään purkaa laukun laukkuja. Vaatteet olivat jo valmiiksi kaapissa. Sänky oli oman kroman mukainen, joten lepo oli taattu.* (Anna, blogi 6)

Ilmaukset *helpompi; ei tarvitse pakata tai purkaa laukkuja; oman kroman mukainen sänky ja taattu lepo* merkitsevät kotona staycationilla yöpymisen mukavuutta ja vaivattomuutta verrattuna hotelliyöhön. Tärkeintä Annalle on tekstin mukaan se, ettei tarvitse lähteä minnekään ja saa nukkua tutussa sängyssä. Tämä rakentaa kotona vietetystä staycationista yhtä arvokasta ja toimivaa tapaa viettää staycationia kuin hotellissa yöpyminen. Puhetavoillaan Anna haastaa esimerkiksi Edensorin (2007, s. 199) tukeman ajatuksen siitä, että arkiympäristöstä tarvitsisi lähteä pois lomalla. Ilmaus ”erikoinen kaupunkilomanen” kotilomasta puhuttaessa rinnastaa kotiloman viettämisen poikkeavaksi ja pieneksi lomaksi. Loma-sanana päätteen ilmentää suomen kielessä diminutiivia tarkoittaen sanan pienennysmuotoa. Se, että Anna kutsuu kotilomaa *erikoiseksi* hotellilomasta puhumisen yhteydessä, vahvistaa hotelliloman normatiivisuutta. Ilmaisun taustalla voi vaikuttaa ajatus, ikään kuin jokin muu lomanviettotapa, esimerkiksi hotelliloma, olisi kotilomaa normaalimpi staycationilla.

Hotellidiskurssi esittää eri toimijarooleille erilaisia tapoja rentoutua staycation-lomalla. Pariskunnat viettävät aikaansa lähinnä hotellin tarjonnasta nauttien, kuten Tiia kertoo:

*(...) suunnitelmana oli ottaa rennosti, nauttia ihanasta allasalueesta ja viettää huoleton deitti-ilta yhdessä hotellin monista ravintoloista.* (Tiia, blogi 10)

Tiia ilmentää sanoin *suunnitelma; ottaa rennosti; allasalue; deitti-ilta ja ravintola staycationin* vieton aikaista rentouttavaa toimintaa pariskuntana, mikä keskittyy hotellin tarjonnasta nauttimiseen. Tiian mainitsema ravintolassa käynti toistuu yhdeksässä blogijulkaisussa (esimerkiksi ilmaukset *päädyimme syömään hotellin ulkopuolella illallista; käväisimme kuitenkin tapaksilla keskustassa; minilomallemme olin tehnyt illaksi varauksen (ravintolan nimi)-ravintolaan; lasten toiveesta me päädyimme tällä kertaa lähellä sijainneeseen pikaruokapaikkaan*), mikä ilmentää ravintolakokemuksen yleisyyttä osana staycationin viettoa. Hotellit ja ravintolat ovat yleisiä matkailun tiloja, jossa lomailu voi tapahtua (Besson, 2017, s. 41; Edensor, 2007, s. 200). Pariskuntien staycationit keskittyvät siis pääasiassa oleskeluun, kun taas vanhempien viettämät staycationit lastensa kanssa esitetään toiminnallisempina, kuten Kristiina kertoo nuoren tyttärensä kanssa vietetystä staycationista:

*Sulattelimme ruokaa hotellilla hetkisen, ennen kuin lähdimme shoppailemaan. Tyttärellä oli visio jostain bff-korusta, jota sitten metsästimme kaikista mahdollisista liikkeistä. Lopulta sellainen setti löytyi ja suuntasimme hotellille rentoutumaan loppuillaksi. Tyttösen harras toive täyttyi ja hän sai katsoa Putousta. (Kristiina, blogi 13)*

Kristiina kuvaa tyttärensä kanssa vietettyä staycationia toiminnalliseksi ilmauksilla *shoppailu ja metsästää kaikista mahdollisista liikkeistä*. Vanhempien ja lasten yhteinen staycation sisältää kuitenkin myös oleskelua hotellissa, kuten sanat *rentoutua; loppuilta; ja viikonloppu hotellissa* ilmentävät. Huvipuistossa käynti (Roosa, blogi 8 ja Kristiina, blogi 13) esitetään kuuluvan lasten kanssa vietettyyn staycationiin, kuten Roosa ilmentää: *(kaupunki), kesä, lapset ja (huvipuiston nimi) kuuluu yhteen*. Roosa ja Kristiina, jotka viettävät lapsen tai lapsien kanssa staycationia hotellissa, kuvaavat blogijulkaisuissaan huvipuistossa käyntiä osana staycation-kokemusta. Lasten kanssa vietetyt staycationit kuvastuvat lasten ehdoilla rakentuviksi ilmauksissa *lasten toiveesta ja tyttärellä oli visio*. Hotellidiskurssi kuvaa lasten kanssa vietettyjä staycationeita siis yhtä aikaa toiminnallisiksi sekä rentouttaviksi. Toiminnallisuus lasten kanssa verrattuna pariskuntien toimettomuuteen liittyy mahdollisesti siihen, ettei nuorempien lasten kanssa ole yhtä mahdollista vain oleskella, vaan lapset vaativat aktiviteettia.

Blogijulkaisuissa perheiden yhdessäolon merkityksiä ei ilmene paljoa aineistosta, pois lukien vanhemmuuden diskurssiin kuuluva pariskuntien kahdenkeskisen ajan arvostaminen,

jota käsiteltiin luvussa 5.1. Muut kuin vanhempien yhteistä staycationia käsittelevät hotelliaiheiset blogijulkaisut keskittyvät enemmän hotellin ja toiminnan kuvaamiseen staycationilla kuin toimijoiden välisiin suhteisiin. Kuitenkin esimerkiksi ilmaukset *huoleton deitti-ilta* (Tiia, blogi 10); *pääsee paremmin sisälle lapsen maailmaan* (Kristiina, blogi 13) ja *siskosten bondaushetket* (Roosa, blogi 8) ilmentävät yhdessäolon ja perhesuhteiden ylläpidon tärkeyttä staycationilla. Bessonin (2017, s. 41) tutkimus tukee ajatusta staycationista yhdessäolon mahdollistajana. Staycation voi olla lapselle myös tunteita herättävä kokemus, kuten Kristiina (blogi 13) kuvaa: *Illalla tuli tytöllä itku: oli niin ihana viikonloppu, että nyt oli ikävä sitä kaikkea. Sanoilla itku; niin ihana viikonloppu ja ikävä* Kristiina ilmentää staycation-kokemuksen voimakasta tunnetason vaikutusta lapseen, mikä kuvastaa yhdessäolon ja loman merkitystä lapselle staycationin-vietossa. Irrottautuminen arjesta yhdessä lasten tai puolison kanssa kodin ulkopuolella mahdollistaa läheisyyden kokemukset uudella tavalla verrattuna arkeen (Hall & Holdsworth, 2016, s. 289–290).

Hotellidiskurssissa hotellin ominaisuuksia, kuten sisustusta ja visuaalisia piirteitä, kuvataan paljon osana staycation-kokemusta, mikä osoittaa niiden erityisyyttä bloggaajille, kuten Aino ilmentää:

*Meidän upea ja yllellinen, ylimmän kerroksen Spa(!!!!)-huone sisälsi mielettömät maisemat (kaupungin) kattojen ylle, ison, koko huoneen levyisen kattoterassin ja sitten sen itse span – eli huonettakin suuremman kylpyhuoneen isolla ammeella ja omalla saunalla. Myös ammeesta ja saunan lauteilta oli kauniit näkymät kaupungin ylle. Lähes kaikista (hotellin) huoneista löytyykin vähintään tuo oma sauna. (Aino, blogi 9)*

Ainon käyttämä ilmaus *Spa(!!!!)-huone* jopa viidellä sulkeissa olevalla huutomerkillä painottaa huoneen spa-ominaisuuden tärkeyttä ja erityisyyttä bloggaajan kokemuksessa. Lisäksi ilmaukset *upea ja yllellinen; mielettömät maisemat; iso, koko huoneen levyinen kattoterassi; huonettakin suurempi kylpyhuone* ja *kauniit näkymät* ilmentävät ihastusta hotellihuoneen luksusmaisiin ominaisuuksiin ja osoittavat, kuinka toivottu oman huoneen tarjoama spa-kokemus on kyseisen bloggaajan staycationilla. Muissa blogiteksteissä hotellien visuaalisia ominaisuuksia kuvataan esimerkiksi ilmauksin: *kaunis hotelli; kotoisa sisustus; kotimainen design; elegantti; mystinen; eksoottinen; kiva tunnelma; pohjoisen mystisyys; ripaus Lapin-taikaa; kaunis aulabaari; tasokas; laadukas; 5 tähteä ja todella tilava*. Ilmauksissa korostuu laadun arvostaminen, mikä ilmentää erityisyyshakuisuutta

staycationilla. Esteettisyyden kokemukset staycationilla voivatkin edistää rentoutumista (Besson, 2017).

Blogijulkaisujen valokuvat tukevat hotellien kuvauksia ilmentäen erityistä arjen luksusta ja visuaalisuuden tärkeyttä hotelli-staycationilla. Valokuvissa toistuvasti kuvataan hotellien ja hotellihuoneiden sisustusta, design-huonekaluja ja avaria tiloja. Kristiina (blogi 13) kertoo valinnastaan ottaa isomman hotellihuoneen staycationilla: *koska staycationilla tulee usein vietettyä aikaa hotellissa*, mikä edelleen ilmentää huoneen ominaisuuksien tärkeyttä staycationilla staycationin viettämisen painottuessa hotellissa oleskeluun. Myös Maijan (blogi 1) väite *Tunnelmallinen valaistus ja pehmeän kotoisa sisustus takaisi onnistuneen staycationin* vahvistaa ajatusta hotellin ominaisuuksien tärkeydestä. Hän puhuu varmuudesta sanoessaan, että hotellin visuaalisuus ja sisustus *takaisivat* eli varmistaisivat *onnistuneen* staycationin. Nämä otteet rakentavat kuvaa, jossa staycationilla hotellihuone vaikuttaa paljon kokemukseen, koska siellä vietetään niin paljon aikaa. Räikkönen ym. (2018) esittävät, ”Ruotsinristeilyjä” esimerkkinä käyttäen, kuinka oleskelu muusta ympäristöstä eristetyssä paikassa voi tarjota edellytykset irrottautua arjesta ja siihen kuuluvista sosiaalisista rooleista (Räikkönen ym., 2018, s. 29). Hotelliympäristö arvotetaan blogijulkaisuissa juuri tällaiseksi: arjesta pois pääsyn ja vanhemmuuden roolien unohtamisen tilaksi, jossa hotellin tarjoama erityisyys edesauttaa lomatunnelmaan pääsyä.

Hotellidiskurssissa hotellin ja hotellihuoneen ominaisuuksista puhuttaessa painotetaan erityisesti hotellihuoneen sänkyä sekä hotelliaamiaista eräänlaisina erityisyyden elementteinä. Hotellihuoneen sänky mainitaan kymmenessä blogijulkaisussa. Sängyt ja aamiainen arvotetaan superlatiivilla *paras* korkeimmalle hotelli-yöpymisessä: *parasta hotellissa olossa on aina iso sänky; (...) aamupalalle, joka on mielestäni hotellissa yöpymisen parhaita puolia*. Hotellihuoneen sänkyjä kuvataan blogijulkaisuissa hyvin yhteneväisin ilmaisin: *pehmoiset hotellilakanat; pehmeät prässätyt lakanat; pehmeät valkoiset lakanat ja muhkeat vuodevaatteet tai -lakanat*. Ilmaisuihin toistuu lakanoiden kuvaaminen pehmyyden adjektiivilla, mikä ilmentää niiden mukavuutta. Sänkyä kuvataan myös valokuvissa sen esiintyessä kahdeksan blogijulkaisun kuvissa. Hotellihuoneen sänky on kuvien keskiössä eri rooleissa, kuten loikoilun ja syömisen paikkana. Lisäksi kuvissa usein näkyvä petaamaton sänky ilmentää eräänlaista huolettomuutta. Täten hotellisängyille rakentuu hotelliloman diskurssissa rooli erityisyyden ja rentoutumisen paikkana.

Aamiaisesta puhutaan yhdessätoista blogijulkaisussa ja se esiintyy kuuden blogijulkaisun kuvissa. Aamiaisesta puhutaan ilmauksin *valmis pöytä; valmis aamupalapöytä; toistavat jatkuvasti samaa kaavaa; valikoimaltaan maltillinen, mutta kuitenkin todella hyvä; hyvä ja laadukas kattaus vähän kaikkea; söimme hartaasti aamupalaa; aikaa ei mennyt jonoihin; eikä tarjolla ole sitä perinteistä hotelliaamiaista paahtoleipineen ja croissantteineen*. Ilmaukset kuvastavat aamiaisessa arvostettuja erityisiä asioita kuten ettei aamiaista tarvitse tehdä itse, valikoima, laatutaso ja kiireetön aamupalahetki. Aamiainen esiintyy myös aamiaisesta puhuvien blogijulkaisujen valokuvissa, kuvaten aamiaistarjontaa ja lautaselle valittuja ruokia. Sekä sängyistä että aamiaisesta toistuvat yhteneväiset ilmaukset ilmentävät suomalaisen hotellidiskurssin vakiintuneisuutta kielenkäytössä. Staycation-ilmiöstä puhuttaessa hotellin tarjonnan arvioiminen siis ylläpitää näitä vakiintuneita kielenkäytön tapoja ja niistä puhuminen useissa blogijulkaisuissa ilmentävät sängyn ja aamiaisen arvostamista myös osana staycation-kokemusta. Hotellisängyn ja -aamiaisen korkealle arvottaminen ilmaisee halua tehdä lomalla arkisia toimintoja, kuten syömistä ja nukkumista, paremmin kuin arjessa (Hall & Holdsworth, 2016, s. 289), mikä kuvastaa juurikin tarvetta arjen luksukselle.

Hotellidiskurssissa hotellisängyn ja -aamiaisen lisäksi blogijulkaisuissa korostuu erityisyyden ja arjen luksuksen symboleina kuohuviini sekä hotellin kylpytakit ja –tohvelit. Kolmessa hotelli-staycationia käsittelevässä blogijulkaisussa kuohuviini esiintyy joko tekstissä tai kuvissa, kylpytakki esiintyy seitsemässä ja kylpytohvelit kahdeksassa blogijulkaisussa. Näiden symbolien erityisyyttä kuvataan esimerkiksi ilmaisuihin: *ihana kylpytakit; niin ihanaa oli vain olla kylpytakki päällä; tossut ja kylpytakki päällä voi kävellä suoraan kylpylän puolelle; makuuhuoneesta löytyivät kylpytakit, tossut ja tyynyvalikoima; nautimme lasilliset kuoharia; joimme kuohuvaa ja kuohuviinin siemailu*. Ilmaisuihin sanat *ihana, nautiskella ja siemailu* kuvastavat positiivisella sävyllään mielihyvän kokemista suhteessa näihin elementteihin. Joko kuohuviinilasi, kylpytakki tai –tohvelit toistuvat jopa yhteensä 22 valokuvassa osana blogijulkaisuja. Näiden symbolien yleinen toistuminen ja maininnat blogijulkaisuissa ilmentävät niiden koettua erityisyyttä sekä hotellin tarjoamaa arjen luksusta ja hemmottelua osana staycation-kokemusta. Kuohuviinin tarkoitus kulttuurissamme on toimia juhla juomana. Kuohuviinin kuvaaminen olennaisena osana koettua arjen luksusta staycationilla kuvastaa ajatusta, että staycationilla juhlistetaan jotakin, kuten arjesta irtautumista, yhdessäoloa tai lomailua.

Hotellidiskurssia rakentaa myös kaupallisuuden ulottuvuus bloggaajien kertoessa staycation-hotellikokemuksistaan osana kaupallista yhteistyötä:

*Meille avautui mahdollisuus testata Suomessakin nyt niin trendikästä staycation-konseptia, kun (hotelli) halusi tehdä kanssamme yhteistyötä pienen kokeilun merkeissä. (...) No, saimmeko myytyä sinulle staycation-konseptin? Mahtavaa! Voit nyt käydä katsomassa oman kaupunkisi hotellitarjontaa. Pääkaupunkiseutulaisille voimme kyllä suositella (hotellia).* (Liisa, blogi 11)

*Hotellin Staycation-pakettiin kuului yöpyminen, illallinen sekä aamiainen.* (Aino, blogi 9)

*On todella hienoa, että staycationeita on kehitelty tähän suuntaan.* (Roosa, blogi 8)

Viidessä blogijulkaisussa bloggaajat kertovat julkaisun olevan tehty kaupallisessa yhteistyössä hotellin kanssa. Kaupallinen yhteistyö erilaisten yrittäjien kanssa on nykyajan yleinen tapa toimia bloggauskulttuurissa (Hänninen, 2015). Kaupallisuus näkyy näissä blogijulkaisuissa hieman muita blogijulkaisuja enemmän hotellin palveluihin ja tarjontaan keskittymisenä, mutta erityisesti yllä olevissa aineisto-otteissa kaupallisuus näkyy selvästi sanavalinnoissa. Sanat *myydä*; *suositella*; *testata* ja *pieni kokeilu* ilmentävät otteissa yhteistyön luonnetta ja tavoitteita. Lisäksi otteissa ja Ainon (blogi 9) blogitekstissä mainitaan *staycation-konsepti* ja *-paketti* rakentaen kuvaa hotelleista aktiivisina staycationin tuotteistajina ja markkinoijina.

Hotellien tarjonta koetaan oleelliseksi staycationilla, minkä vuoksi hotellien kannattaakin markkinoida itseään staycation-kohteena (James ym., 2017). Tätä mielikuvaa tukevat Satun (blogi 14) lausahdus: *hotellitkin tarjoavat staycation-yöpymisiä omassa kotikaupungissa matkaileville* sekä Roosan (blogi 8) ylläolevassa otteessa käyttämät sanamuodot kuinka staycationia *on markkinoitu* ja *on kehitelty*. Roosan käyttämät verbien passiivimuodot viittaavat johonkin nimettömään toimijaan, joka voisi tässä yhteydessä tarkoittaa hotelleja. Ilmaukset antavat mielikuvan, kuinka kaupalliset toimijat aktiivisesti tekevät ilmiötä ihmisille tunnetuksi. Tämä tuottaa ajatuksen, voisiko sanan *trendikkyys* toistuminen sekä Liisan että Satun blogijulkaisuissa johtua siitä, että hotellit itse kutsuvat staycation-ilmiötä trendikkääksi herättääkseen lukijoiden mielenkiinnon ja saadakseen siten lisää kotimaisia yöpyjiä.

Yhteenvedona tulkitsem, kuinka hotellidiskurssi luo vahvan kuvan staycationista hotellilomana. Staycationin kertomuksissa hotellikokemukseen liitetään muu lomailutoiminta ja yhdessäolo, vaikkakin löyhästi. Suurempaa roolia puhetavoissa annetaan hotellin ominaisuuksille, jotka tarjoavat arjen luksusta sekä erityisyyttä erilaisten elementtien, kuten hotellisängyn ja –amiaisen sekä kuohuviinin, kylpytakin ja -tohveleiden kuvailuin. Hotellidiskurssi ilmentää myös kaupallisuuden ulottuvuutta osana bloggauskäytäntöjä ja esittää, kuinka staycationille annetut merkitykset voivat olla kaupallisuuden värittämiä.

## 6.2 Loma kotona tai kaupungilla

Lomailun diskurssien toinen ulottuvuus, kotiloman diskurssi, käsittelee staycationin viettämistä kotona tai kotikaupungissa. Yhteensä kolmessa blogijulkaisussa (bloggaajat Maria, Anna ja Iiris) käsitellään tällaista staycation-lomaa. Kuten edellisessä alaluvussa tuli esille, hotelliloman kertomukset ovat dominoivia blogijulkaisuissa, kotiloman jäädessä marginaaliseksi ulottuvuudeksi. Nämä kolme blogijulkaisua, jotka eivät käsittele pääaiheenaan hotelli-staycationia, tuovat erilaista näkökulmaa staycationilla lomailuun. Näkökulmat staycationiin ovat erilaisia kussakin kolmessa blogikirjoituksessa. Koti-staycationia vietetään sekä kotona että kaupungilla, sekä oikeasti että kuvitteellisesti sen keston vaihdeltaessa lomapäivästä lomaviikkoon.

Kotiloman diskurssi noudattaa yleistä oletusta siitä, että arjen velvollisuuksista tulee pystyä päästämään irti lomatumnelmaan pääsyn mahdollistamiseksi (ks. Edensor, 2007, s. 199; Hall & Holdsworth, 2016, s. 287). Marian mukaan kotilomalla on mahdollista päästä lomatumnelmaan *tekemällä asiat kaikilla mahdollisilla tavoilla erilailla kuin arkena*. Tähän kuuluu kotitöiden unohtaminen: *Ensinnäkin yrittäisin aloittaa kotiloman siivotussa kodissa, mutta jättämään muuten kotityöt mahdollisimman pitkälti lomaa edeltävään ja lomanjälkeiseen aikaan*. Tämä implikoi, että loman vietto siistissä kodissa ja kotitöiden siirtäminen loman ulkopuolelle helpottavat lomatumnelmaan pääsyä kotona. Kotitöiden unohtaminen ei kuitenkaan ole helppoa (de Bloom ym., 2017, s. 583). Maria puhuu *vaarasta* ja kuinka hän löytää itsensä ripustamasta pyykkejä kertoessaan: *Vaarana ainakin itselläni on se, että löydän itseni ripustamasta pyykkejä lomallakin*. Tämä kertoo kotitöistä irtautumisen haasteesta osana kotiloman diskurssia. Kotitöitä voi päätyä tekemään huomaamattaan niiden ollessa kotona koko ajan läsnä.

Kotiloman diskurssissa esitetään erilaisia syitä kotiloman viettämiselle. Maria (blogi 3) esittää oletuksen siitä, millaisia syitä muut ihmiset asettavat koti-staycationin vietolle:

*Ajankohtainen aihe on myös yleisesti monen mieltä lennoista koituvaa hiilijalanjälkeä. Ikäistemme naisten keskuudessa trendaa nyt myös raha, jota halutaan jättää myös säästämiseen ja sijoittamiseen. (Maria, blogi 3)*

Maria puhuu kuinka *lennoista koituvaa hiilijalanjälkeä* ja *rahan säästämisen ja sijoittamisen trendaaminen* ikäistemme naisten keskuudessa olisivat ajankohtaisia syitä koti-staycationin vietolle. Läsnä ovat siis ilmastokeskustelu sekä rahankäytön keskustelut matkustamisessa erityisesti keski-ikää lähestyvien keskuudessa. Nämä syyt ilmentävät yhteiskunnassa tapahtuvia muutoksia: ilmastonmuutos on ja rahankäytön tapojen muuttuminen ovat pinnalla yleisissä keskusteluissa, erityisesti matkailuun liittyen (ks. esim. Räikkönen ym., 2018). Näiden syiden käsitteleminen osoittaa, kuinka uusia matkailutapoja, kuten staycation, aletaan omaksua yhteiskunnan ja todellisuuskäsitysten muuttuessa (vrt. Cohen & Cohen, 2012). Davison ja Ryleyn (2016) mukaan elämäntilanne ja taloudelliset kustannukset ovat ilmastonmuutosta merkittävämpiä syitä kotimaanmatkailulle (Davison & Riley, 2016, s. 77). Kotiloman diskurssi rakentaa siten staycationista kuvaa modernien matkailutapojen muutosten ilmentäjänä ja vaihtoehtoisena lomailutapana.

Iiriksen (blogi 7) blogijulkaisu käsittelee ”kuvitteellista staycationia”. Kirjoituksessaan hän ryhtyy ajatusleikkiin miettien, millainen staycation omassa kotikaupungissa voisi olla, jos hän sellaisen toteuttaisi. Hänkin esittää syitä koti-staycationin vietolle:

*Minun unelmien staycation-lomaa viettäisin kotona. Olen aina halunnut tietää millaista se olisi herätä omasta sängystä ja tietää olevansa lomalla, jolloin saa nähdä kotihoodzit ihan uusin silmin! (...) Oli hauskaa tuumailla miltä se (kaupunki) näyttäisi lomapäivänä ja mitä oikeasti haluaisin nähdä kun olisi aikaa. (Iiris, blogi 7)*

Iiriksen mukaan kotiloma olisi hänelle *unelmien staycation*, siis paras mahdollinen tapa viettää staycationia. Ilmauksella *Olen aina halunnut tietää* Iiris viittaa kiinnostukseen, joka on ollut jo pitkään läsnä koti-staycationia kohtaan. *Tietää olevansa lomalla* –ilmaus kertoo taas tietoisesta asennoitumisesta vapaa-aikaan lomana. Ilmauksella *kun olisi aikaa* hän viittaa arjen kiireisiin, jolloin ei jää aikaa kaupunkiin tutustumiseen. Näin kotiloman



diskurssia rakennetaan ajatuksella, jossa kotikaupunkiin haluaisi tutustua, mutta arki ei anna siihen mahdollisuutta.

Kuten hotellidiskurssinkin, myös kotiloman diskurssin taustalla vaikuttaa oletus siitä, että staycationin vietto edellyttää lomatunnelmaan pääsyä, kuten yleensäkin lomalla (Räikkönen ym., 2018). Maria (blogi 3) kysyy tekstissään: *Miten kotona vietetystä lomasta voisi saada yhtä paljon irti kuin matkustamisesta?* Marian esittämän kysymyksen taustalla kytee oletus siitä, että matkustamisesta saataisiin enemmän hyötyjä kuin kotona vietetystä lomasta. Vaikka loman ei tarvitse sisältää matkustamista, sen tarjoama maisemanvaihdos kuitenkin helpottaa lomatunnelmaan pääsyä (Hall & Holdsworth, 2016, s. 288; Räikkönen ym., 2018, s. 28). Marian toinen kysymys tarkentaa asiaa: *Miten siis saada kotiloma tuntumaan arjesta poikkeavalta?* Tämä esittää, että jotakin olisi tehtävä kotilomalla toisin, jotta siitä voisi saada samanlaisia hyötyjä kuin matkustamisesta. Maria viittaa myös siihen, että lomalla halutaan tunnetusti irrottautua arkielämästä. Lomatunnelmaan pääsy on erityisen tärkeää tutussa ympäristössä (Räikkönen ym., 2018, s. 26). Se, että lause on aseteltu retorisen kysymyksen muotoon, rakentaa mielikuvaa siitä, että Maria miettii ikään kuin strategiaa eli keinoja sille, kuinka matkustamisen tuottaman kaltaiseen lomatunnelmaan olisi mahdollista päästä kotilomalla. Tällaisen kysymyksen kysyminen ylipäätään implikoi, että kotilomalla lomatunnelmaan pääsy voi olla haastavaa, kun lomaa vietetään arkiympäristössä, minkä takia siihen liittyen pitää kysyä apua lukijoilta. Lomatunnelmaan pääsy voi olla haasteellista, jos staycationilla ei ole maantieteellistä siirtymää, uutuudenviehätystä tai arjesta irtautumista (Räikkönen ym., 2018, s. 37–38).

Rentoutumiselle on annettu esimerkiksi vanhemmuuden diskurssissa (luku 5.1) jo painoarvoa suhteessa kotitöiden ja velvollisuuksien unohtamiseen. Kotiloman diskurssissa tuodaan kuitenkin poikkeavasti esille, kuinka kotityöt tekemällä voidaan jopa edesauttaa rentoutumista. Täten kotiloman diskurssi esittää vastakkaisen ajatuksen verrattuna Hall ja Holdsworthiin (2016, s. 287), jotka ovat esittäneet ajatuksen kotitöiden unohtamisesta tärkeänä osana lomailua. Maria tuo kotiloman diskurssissa täten uutta näkökulmaa keskusteluun argumentoimalla, kuinka kotilomalla arjen velvollisuuksien tekemättömyys ei välttämättä olekaan kaikkein rentouttavinta:

*(...) kotilomaa voi lähestyä niin, että tekee kerrankin kotona sellaiset asiat, joihin ei muuten ole aikaa. Loman tarkoitus on kuitenkin rentoutuminen, niin se, että saa esimerkiksi pitkään painaneen asian hoidettua, voikin olla kaikista rentouttavinta mielelle. Ehkä hyvä ajatus voikin olla omistaa jokin tietty päivä tai joka päivästä vaikka puoli tuntia tällaiseen ja muuten keskittyä hyvällä omallatunnolla rentoiluun. (Maria, blogi 3)*

Hän puhuu *hyvästä omatunnosta rentoilun* yhteydessä, viitaten siihen, että mieltä *painavista* tekemättömistä töistä voi tulla huono omatunto, mikä estää rentoutumasta. Tämä indikoi sitä, kuinka tekemättömät kotityöt ovat näkyvämmiin läsnä kotilomalla, minkä takia ne voivat olla stressaavia tekijöitä estäen päästämästä lomatunnelmaan. Kotitöiden tekemisen ja tekemättömyyden vuoropuhelu staycation-lomalla ei siis ole aivan yksiselitteinen ilmentäen, kuinka lomatunnelmaan pääseminen on hyvin subjektiivinen kokemus. Tässä arjen ja loman yhteen kietoutuneisuus on myös nähtävissä: tutut fyysiset ja psyykkiset tilat ovat osa sekä arkea että lomaa.

Kotiloman diskurssissa lomatunnelmaan pääsyn avuksi esitetään mahdollisuutta pienistä erityisyyden kokemuksista nauttimiseen. Maria nimittää näitä kokemuksia *mikrohetkiksi* seuraavasti:

*Aihe on itselleni ajankohtainen tämänhetkisen elämäntilanteemme takia, jossa ei jokaisella lomalla matkusteta ollenkaan, saati koko ajaksi tai pitkälle. Henkilökohtaisesti minulla arki ja lomat sekoittuvat helposti yhdeksi massaksi myös sen takia, että olen viettänyt kohta neljä vuotta kotona äitiyden ja yrittäjyyden myötä, eikä meillä ole kesämökkiä. (Maria, blogi 3)*

Ylläolevassa otteessa ilmauksilla *ajankohtainen; elämäntilanne; arjen ja lomien sekoittuminen massaksi; neljä vuotta kotona; äitiys; yrittäjyys ja kesämökki* Maria ilmentää tarvetta luoda lomailun mikrohetkiä arjessa, koska muunlaiselle lomailulle ei ole aikaa tai mahdollisuutta arjen keskellä. Maria esittää mikrohetkien viettämistä ratkaisuksi hänen ongelmaansa hänen kertoessaan: *lomailuun (on) yritettävä saada uusia näkökulmia ja mietittävä lomailua myös mikrohetkien kautta.* Hän tarkentaa tekstissään esimerkiksi ilmauksin *iltapäiväteetrefit miehen kanssa; kampaaja; viikonloppu vuokramökillä; hengailu villasukissa takkatulen ääressä; kaupunki- ja luontohenkinen arjen katkaiseminen* mitä hän tarkoittaa mikrohetkillä. Ilmausten *arjen katkaiseminen ja mukaviin mikrohetkiin* käyttäminen omina ilmauksinaan ilmentää niiden välillä olevaa eroa. Ilmaukset eroavat sillä, että *arjen katkaiseminen* viittaa otteessa lyhyeen lomaan, kuten vuokramökillä käyntiin, ja

*mikrohetket* lyhyisiin lomatunnelman hakukeinoihin arjessa. Hall ja Holdsworth (2016) sekä Jeuring ja Haartsen (2016) myös esittävät erityisyyden hetkien tärkeyden lomailussa osana arkea, olivat ne sitten lyhyempiä tai pidempiä taukoja arjen kiireistä (Hall & Holdsworth, 2016, s. 287; Jeuring & Haartsen, 2016, s. 3).

Iiriksen ja Annan teksteissä mikrohetkien tärkeydestä puhutaan myös. Ilmaukset *kävelylenkki hiljaisesti sielunmaisemaan ja kiinnostavan kirjan lukeminen* ilmentävät lyhyitä mikrohetkiä arjessa. Nämä esimerkit kuvaavat lomatunnelmaan pääsyä pienten erityisten hetkien kautta. Tällaiset puhetavat rakentavat staycationista kuvaa lomailuna, jossa etsitään uusia strategioita päästä lomatunnelmaan, kun maisemanvaihdosta ei tapahdu. Lyhyetkin tauot arjen toiminnoista helpottavat rentoutumista (Hall & Holdsworth, 2016, s. 287). Ajan hidastaminen ja arjen pieniin erityisiin hetkiin tarttuminen ovat keinoja omaksua arjessa ikään kuin uudenlaisen mielentilan lomatunnelmaan pääsemiseksi. Myös Besson (2017) kuvaa muutoksen arjesta lomailuksi tapahtuvan enemmän lomailijan asenteessa ja mielentilassa kuin ympäristössä (Besson, 2017, s. 36).

Kotiloman diskurssissa, kuten vanhemmuuden ja hotelliloman diskurssissakin, näkyy vahvana ajatus erityisyyden ja arjen luksuksen hakemisesta lomatunnelmaan pääsyssä. Yksi lomailun perusta on tehdä asioita eri tavalla kuin arjessa (Sharma, 2009) esimerkiksi parantamalla arkisia toimintoja tekemällä asiat paremmin, mikä voi tarkoittaa esimerkiksi paremmin ja enemmän syömistä, juomista ja nukkumista (Hall & Holdsworth, 2016, s. 289). Kun Maria kertoo, että kotona olemisesta tulisi pyrkiä tekemään erityistä, hän puhuu esimerkkinä ainoastaan ruokailusta:

*Ne ruoat, jotka lomalla syö kotona, pyrkisin tekemään erityiseksi ja arjesta poikkeaviksi. Aamiaiselle tavallisen ruokkarin sijaan vaikka ihanat lohigelat ja tuoremehua jalallisista laseista. Illalliselle uuden reseptin kokeilua, take away -herkuttelua tai alku- ja jälkiruoat mukaan ateriaan (kukaan ei käske tekemään kaikkea itse, vaan esimerkiksi jälkkärit voi hakea kaupunkireissulla konditoriasta). Kesällä tietenkin on parasta syödä kaikki mahdolliset ateriat pihalla tai parvekkeella. (Maria, blogi 3)*

Erityisen ja arjesta poikkeavan esimerkkejä Maria antaa vertailemalla *tavallista ruokkaria ihaniin lohigeleihin*. Vaihtelua saa juomalla *jalallisista laseista* ja kokeilemalla *uusia reseptejä* tai hankkimalla ravintolatunnelmaa *take awayn*, kolmen ruokalajin ja valmiiden herkkujen kautta sekä syömällä ruoat pois keittiönpöydän äärestä. Blogijulkaisun kuvissa

lisäksi näkyy kuohuviinilasia pitävä käsi. Myös Iiris (blogi 7) mainitsee kuohuviinin nautiskelun staycationillaan kaksi kertaa ja se saa sijaa myös blogijulkaisun valokuvissa. Lausahdus *näkötornille hörppimään skumppaa kuksasta* retkeilystä kertoessa yhdistää hauskaasti kuohuviinin erityisyyden ja retkeilyn erämaisyyden. Kuten hotellilomankin diskurssissa, myös kotiloman diskurssissa kuohuviini esitetään erityisyyden symbolina osoittaen sen roolin rakentuvan oleellisena elementtinä lomatunnelmaan pääsyssä.

Kotiloman diskurssissa erityisyyteen ja vaihteluun liittyen käsitellään myös kotoa pois lähtemisen tärkeyttä lomatunnelmaan pääsemisessä. Useat tutkimukset painottavat arjen tiloista pois pääsemistä osana lomatunnelmaan pääsyä (ks. esim. Germann Molz, 2009; Räikkönen ym., 2018; Sharma, 2009). Kotiloman diskurssi siis esittää, että staycationillakin maisemanvaihdos on tarpeen lomatunnelmaan pääsemisessä, oli se sitten vain kotoa poistumista. Maria ilmentää vaihtelun ja erityisyyden hakemista kodin ulkopuolelta:

*(...) lähtisin myös mahdollisimman paljon pois kodista erilaisille päiväretkille. Ihanteellista siitä näkökulmasta, että loman saa tuntumaan mahdollisimman pitkältä ja vaihtelevalta, on varmasti suunnata sekä luontoon että kaupungille, tai ylipäätään keskenään erilaisiin ympäristöihin. (Maria, blogi 3)*

Ilmauksilla *mahdollisimman paljon pois; erilaiset päiväretket; mahdollisimman pitkä ja vaihteleva* ja *erilaiset ympäristöt* Maria arvottaa kotoa lähtemisessä oleellisimmiksi asioiksi, että kotona oltaisiin mahdollisimman vähän ja vierailupaikat olisivat mahdollisimman vaihtelevia tarjoten toivottua erityisyyttä arkeen. Hän vielä vahvistaa kertomaansa puhumalla *ihanteellisuudesta* ja *varmuudesta*, ikään kuin hänen ohjeensa pyrkisi olemaan uskottava ja hänen kertomansa lomailutapa olisi paras mahdollinen keino päästä lomatunnelmaan. Nämä merkitykset rakentavat kotiloman diskurssiin ulottuvuutta, jonka mukaan koti-staycationia ei parhaimmillaan vietettäisi kotona vaan kaupunkia kierrelleen.

Kotiloman diskurssissa maisemanvaihdos voisi tapahtua siis Marian mukaan päiväretkille luontoon tai kaupungille. Hän ei kuitenkaan kerro esimerkkejä näistä luontoon sijoittuvista päiväretkistä, vaan keskittyy kertomaan, mitä tekisi kaupungilla staycationilla. Tämä noudattaa muidenkin, siis kaikkien neljäntoista blogijulkaisun linjaa: kaikki staycation-lomat vietetään kaupungissa. Ainoa kotikaupungissa retkeilystä kertova on Iiris (blogi 7), joka kertoo kotikaupungin metsissä tapahtuvasta retkeilystä muiden kaupungissa tehtävien aktiviteettien ohessa. Tämän hiljaisuuden ilmeneminen luonto-ulottuvuudesta puhuttaessa

on hyvin ilmeistä, ja rakentaa staycationista kuvaa enemmän kaupunkimiljöössä tapahtuvana lomailuna, vaikka tutkimuskirjallisuudessa on esitetty myös mahdollisuus lähteä kotikaupungin lähialueille viettämään staycationia (ks. Bertacchini ym., 2019; Pawlowska & Matoga, 2016).

Kotiloman diskurssissa kaupungilta haetaan edelleen vaihtelua lomalle, missä erilaiset aktiviteetit auttavat, kuten Maria esittää:

*Menisin lukemaan ihanaan kahvilaan, kävisin museoissa (jolloin Museokortti on suositeltava), norkoilisin kauniissa kirjastossa, menisin leffaan, testaisin uuden ravintolan, piipahtaisin kivoihin putiikkeihin, treffaisin kavereita, varaisin hieronnan tai aikatauluttaisin esimerkiksi kampaajan juuri lomaviikolle. (Maria, blogi 3)*

Positiivisesti latautuneet adjektiivit *ihana*; *kiva* ja *kaunis* ilmentävät, kuinka staycation-lomalla voidaan kokea itselle miellyttäviä ja esteettisiä asioita (vrt. Räikkönen ym., 2018, s. 37). Maria nimeää aktiviteeteiksi staycationilla: *lukeminen kahvilassa, käynti museoissa, norkoilu kirjastossa, leffaan meno, uuden ravintolan testaus, piipahdus putiikkeihin, kaverien treffaaminen, hieronnan varaaminen ja kampaajan aikataulutus*. Nämä aktiviteetit ovat yleisiä vapaa-ajan kulutustoimintoja (Edensor, 2007, s. 200; Räikkönen ym., 2018). Lisäksi käytetyt tekemistä kuvaavat verbit *norkoilla* ja *piipahtaa* ilmentävät hidastamista ja rauhassa tekemistä. Hidastaminen on lomalla usein toivottua, kuten aiemmissa luvuissa olen käsitellyt (vrt. Räikkönen ym., 2018, s. 35).

Marian yllä esittämä pitkä lista aktiviteeteista, joita staycationilla voisi kaupungissa tehdä, rakentaa yhdessä Annan ja Iirixen kertoman kanssa kotona vietetystä staycationista toiminnallista kuvaa. Anna kertoo staycation-viikonlopustaan:

*Olipas se viikonloppu! Ulkoruokintaa, seurustelua ja kulttuuria niin, että siitä olisi riittänyt parille muullekin viikonlopulle. (Anna, blogi 6)*

Ilmaus *siitä olisi riittänyt parille muullekin viikonlopulle* ilmaisee toiminnantäyteisyyttä. Myös *olipas se---*! -huudahdus tukee tätä ajatusta, sen merkityksessä usein kielessä kertomuksen alussa kuvaillun tapahtuman toiminnantäyteisyyttä tai yllätyksellisyyttä. Annan kertomuksessa kuvailun kohteena onkin oletettavasti viikonlopun toiminnantäyteisyys, koska Anna jatkaa: *Koetuksi tuli kolme ravintolaillallista ja yksi teatterikäynti*. Myös Iiris

kuvaa toiminnantäyteisyyttä blogijulkaisunsa lopussa lausahtamalla: *Siinä sitä olisikin tarpeeksi. Yhdelle lomapäivälle.* Lausahduksen katkominen kahdeksi lauseeksi painottaa merkitystä, jonka mukaan juuri yhdelle lomapäivälle olisi paljon toimintaa.

Kun Iiris kertoo aktiviteeteistaan kahdessa eri kotikaupungissa, hän on otsikoinut eri aktiviteetit kaupungeittain: *kulttuuria; taidehommia; retkeilyä; tunnelmointia; ruokaa; yöksi* (kaupunki 1); *retkeilyä; kulttuuria; fiilistelyä; herkuttelua; rantalomailua; tunnelmointia; yöksi* (kaupunki 2). Jo otsikkotasolta on havaittavissa, millaisia asioita hän arvottaa tärkeiksi staycation-lomalla eri kotikaupungeissa suhteutettuna kotikaupungin tarjontaan. Sanat *kulttuuri; retkeily; tunnelmointi* ja *yöksi* toistuvat molemmissa kaupunkikokemuksissa, mikä ilmentää erilaisten aktiviteettien saamaa painoarvoa. Iiris esittää otsikoiden toistamisella tärkeiksi toiminnoiksi staycationilla kulttuuri-, retkeily-, hidastamis- ja yöpymiskokemukset. *Yöksi* –otsikko ilmentää kuinka Iiris haluaa viettää yön hotellissa, vaikka blogikirjoitus painottuu kaupungin kiertelyyn. Sanat *tunnelmointi* ja *fiilistely* antavat positiivista sävyä kerrontaan ja ilmentävät lomalla nautiskelun arvoa. Ruokakokemuksien otsikointiin hän käyttää kahta eri otsikkoa: *ruokaa* ja *herkuttelua*; toinen viittaa ravintoloiden testaamiseen ja toinen kaupungin ruokaerikoisuuksien nauttimiseen. Ruoka ilmenee siis oleellisena osana lomailua.

Otsikkotasolla Iirixsen yllä kuvaama toiminta on hyvin samanlaista kuin yleensäkin lomaillessa. Kuluttamisen ja vapaa-ajan paikat kaupungeissa, kuten myymälät, ravintolat, huvipuistot, museot, nähtävyydet ja taidegalleriat toimivat sekä arjen että lomailun tiloina (Edensor, 2007, s. 200, 205). Esimerkiksi sanaa *rantalomailu* voisi käyttää myös etelän ulkomaanmatkasta puhuttaessa. Tässä kontekstina on kuitenkin kaupungin uimaranta. Iiris vahvistaa kuvaa lomamaisuudesta puhumalla rantalomailusta tähän tyyliin: *Ympäristö on ihan superihana ja rantojen keskellä sijaitseva (saari) on ihan huippupaikka käydä myös vähän seikkailemassa. Saaren kiviportailta pääsee myös laskeutumaan veteen. Täällä ei edes huomaa olevansa kotoisessa Suomessa.* Ylisanat kuten *ihan superihana* ja *ihan huippupaikka* sekä verbi *seikkailla* yhdessä viimeisen lauseen *Täällä ei (...)* kanssa muodostavat kuvaa siitä, kuinka toiminta ja ympäröivät maisemat rakentavat tunnetta ulkomailla lomailusta. Räikkösen ym. (2018, s. 37–38) mukaan uutuudenviehätyksen kokeminen arkiympäristössä edesauttaa lomatunnelmaan pääsyä.

Satu (blogi 14) pohtii blogitekstissään staycationin määritelmän kehitystä:

*Wikipedia määrittelee staycationia niin, että se on yksittäisen ihmisen tai perheen loma, jolla jäädään kotiin, mutta tehdään retkiä automatkan päähän. Staycation-lomalla ei määritelmän mukaan käytetä majoituspalveluja. Tämä kuulostaa kyllä vähän erikoiselta ja vanhanaikaiselta määritelmältä (...)* (Satu, blogi 14)

Satu kuvaa koti-staycationin internetissä saamaa määritelmää *erikoiseksi* ja *vanhanaikaiseksi* perustellen väitettään ilmauksin: *yksittäisen ihmisen tai perheen loma; jäädään kotiin; retket automatkan päähän ja ei käytetä majoituspalveluja*. Satun kielenkäyttö rakentaa siten kuvan staycationin määritelmän muutoksesta: Germann Molz (2009) ja Sharma (2009) määrittelevät staycationin syntyaikoina ensisijaisesti kotona vietetyksi lomaksi, Satun kertoman määritelmän mukaisesti. Satun tapa kutsua tätä määritelmää vanhanaikaiseksi ja erikoiseksi sekä majoituspalvelujen käytön maininta esittävät, kuinka staycation alkaisi ilmiönä kallistua enemmän hotelliloman suuntaan kotiloman jäädessä marginaaliseksi. Tätä aineistonikin osoittaa hotellidiskurssin esittäessä hotellia dominoivaksi staycationin viettämisen paikaksi. Tällainen staycationin määritelmän muutos rakentaa kotiloman diskurssia yhä marginaalisemmaksi osoittaen, että kotiloman suosio voi olla laskussa staycationin viettotapana.

Yhteenvetona tulkitsem, kuinka kotiloman diskurssi esittää koti-staycationilla arjesta irti pääsemisen yhtenä lomatunnelmaan pääsyn haasteena. Ratkaisuksi tähän diskurssi esittää mikrohetkistä ja arjen luksuksesta nauttimisen. Kaikkien kolmen kotilomaa käsittelevien blogijulkaisujen esittäessä vietetyn staycationin toiminnallisena ja suurimmaksi osaksi kodin ulkopuolella tapahtuvana, rakentaa staycationista kotiloman diskurssissa kuvaa, jonka mukaan kotoa pitää lähteä pois ja viettää eri tavoin vapaa-aikaa aktiviteettien muodossa päästäkseen lomatunnelmaan. Luonnossa vietettävät staycationit saavat marginaalisen roolin kotiloman diskurssissa: hiljaisuuden ilmeneminen koskien luonto-ulottuvuutta rakentaa staycationista kuvaa kaupunkimiljöössä tapahtuvana lomailuna. Kotiloman diskurssissa esitetään ajatus kotiloman ulottuvuudesta vanhentuneena ja yhä marginaalisempuna hotellidiskurssin kasvun rinnalla.

## 7. PERINTEISEN MATKAILUN MUUTOS

Matkailun ja matkustamisen diskurssit esittävät, kuinka staycation on ilmiönä mukana muuttamassa perinteistä matkailua, joka on ollut murroksessa 2000-luvun alusta lähtien (Franklin, 2003). Matkailun ja matkustamisen diskursseissa staycation esitetään vaihtoehtoisena matkailu- tai lomailumuotona verrattuna perinteiseen matkailuun. Perinteisen matkailun käsitettä aloin käyttää analyysini perusteella. Perinteisellä matkailulla viitataan yhteiskunnassa vallitsevaan ja dominoivaan ajatukseen ulkomaanloman tarpeellisuudesta rentoutumisessa ja lomatuunnelmaan pääsyssä. Alaluvuissa esitellyt diskurssit esittävät staycationista kuvaa vaivattomampana, nopeampana ja vastuullisempänä tapana matkailla verrattuna ulkomaanmatkaan.

### 7.1 Vaihtoehto ulkomaanlomalle

Matkailun diskurssin kautta rakentuu kuva staycationista vaihtoehtoisena lomailumuotona verrattuna ulkomaanlomaan. Kahdeksassa blogijulkaisussa staycationia verrataan niin sanottuun ”perinteiseen matkailuun” eli viitataan ulkomaanloman dominoivuuteen matkailun yleisissä diskursseissa. Aineistosta rakentuneen uudenlaisen matkailun diskurssin taustalla vaikuttaa ajatus siitä, kuinka staycation uutena matkailutapana haastaa tämän perinteisen matkailun diskurssin ollen vaihtoehtoinen tapa lomailla lähempänä kotia.

Seuraavien aineisto-otteiden lauserakenteiden ja ilmauksien yllättävä samanlaisuus rakentaa merkittäviä painotuksia staycation-loman vietosta suhteessa ulkomaanloman viettoon. Kaikki otteet keräsin blogijulkaisujen alusta, osina staycationin määrittelyä.

*Onneksi aina ei tarvitse lähteä lähiympäristöä kauemmaksi päästäkseen rentoon lomatuunnelmaan. (Maija, blogi 1)*

*Sitä ei tarvitse lähteä kauas tunteakseen olevansa täysin lomalla ja irti arjesta. (Kati, blogi 2)*

*Mieleen tulikin, että mehän olemme kuin pienellä citybreikillä, ilman että meidän tarvitsee matkustaa minnekään. (Anna, blogi 6)*

*Ei tarvitse matkustaa kauas kokeakseen elämyksiä tai rentoutuakseen. (Aino, blogi 9)*



*Aina ei tarvi lähteä merta edemmäs kalaan kokeakseen pienen maisemanvaihdoksen.*  
(Tiia, blogi 10)

Ilmaus *ei tarvitse lähteä* ja *ei tarvitse matkustaa* toistuvat kolme kertaa aineisto-otteissa. *Tarvita* –sanan toistuminen ja *onneksi*-sanan ilmeneminen ilmentävät helpotusta, että saa jäädä lähelle eikä ole pakko lähteä mihinkään. Myös Maijan ja Tiian otteissa puhutaan, ettei *aina* tarvitse lähteä. Tämä viittaa siihen, että staycation olisi hyvä vaihtoehto ulkomaanlomalle silloin tällöin. Matkustamisesta ja lähtemisestä sanotaan myös, ettei tarvitse joko matkustaa tai lähteä *kauemmaksi; minnekään; edemmäs* tai *kauas*. Tällä viitataan pidempään lomamatkaan, oletettavasti ulkomaanlomaan. Staycationin vietolle asetetuiksi odotuksiksi ilmaistaan *päästä rentoon lomatonnelmaan; olla kuin pienellä citybreikillä; kokea pieni maisemanvaihdos; tuntea olevansa täysin lomalla ja irti arjesta* ja *kokea elämyksiä ja rentoutua*. Nämä odotukset ovat täsmälleen samoja, joiden täyttymistä muiltakin lomamatkoilta odotetaan (Edensor, 2007; Franklin, 2003, s. 27; Hall & Holdsworth, 2016; Räikkönen ym., 2018).

Kaikkien näiden sanojen ja ilmauksien käyttö erityisesti etäisyydestä puhuessa viittaavat eräänlaiseen taustakäsitykseen siitä, että ulkomaanloma tarjoaisi parhaan ympäristön tai tilan näiden lomailun tavoitteiden saavuttamiseksi. Tätä ajatusta matkailuala ylläpitää painottamalla toiminnoissaan edullisia kansainvälisiä matkakohteita ja yöpymisiä (Jeuring & Haartsen, 2016, s. 2). Kirjoittajat kuitenkin haastavat teksteillään tämän oletuksen esittäen, että staycationilla, siis lähempänäkin, voi täyttää samat odotukset kuin mitä ulkomaanmatkaltakin haetaan. Esimerkiksi Aino käyttää lausetta: *staycation, eli lähimatkailu ajaa parhaimmillaan saman asian*, mikä vahvistaa tätä ajatusta. Lomalla ei olekaan pakko matkustaa, riittää että saa taukoa arkielämästä (Hall & Holdsworth, 2016, s. 288). Kuluttamisen ja vapaa-ajan vieton valinnoilla lomailun hengessä voi päästä lomatonnelmaan ja luoda virkistäviä lomailukokemuksia kotikaupungissakin (Pecsek, 2018, s. 4; Räikkönen ym., 2018). Staycationille asetetuissa odotuksissa adjektiivin *pieni* toistuminen viittaa siihen, että ulkomaanloman tarjoamat mahdollisuudet olisivat ikään kuin suurempia tai merkittävämpiä. Nämä toistuvat merkityksenannot rakentavat staycationista kuvaa ikään kuin pienempänä ja vaivattomampana ulkomaanloman versiona, joka silti täyttäisi samat lomailulle asetetut odotukset ilman matkustamista. Siten staycation mukailee matkailun diskurssissa Bessonin (2017) esitystä staycationista ”oikean loman” jäljitelmänä (Besson, 2017, s. 38).

*Kun tulee puhetta irtiotosta tai lomasta, päähän tulee helposti mielikuvat etelänlämmöstä, eli vähän pidemmästä reissusta. Usein nämä haaveet kaatuvat aikatauluhaasteisiin, budjettiin, lastenhoitopulmiin, ajatukseen siitä ettei lapsia kuitenkaan viitsi jättää ulkopuolelle ja viimeistään ilmasto -ja lentoahdistukseen. Aina ei edes tule mieleen, että lomailu voi vaikka ihan omassa kotikaupungissa. (Aino, blogi 9)*

Ote Ainon blogijulkaisusta rakentaa kuvaa ulkomaanloman diskurssin dominoivuudesta lomasta puhuttaessa hänen kertoessa, kuinka *helposti* tulee mieleen ulkomaanloma lomailuun liittyen, mutta lomailu kotikaupungissa *ei aina tule edes mieleen*. Myöhemmällä ilmauksella hän ilmentää, kuinka staycationia ei välttämättä huomata pitää edes vaihtoehtona, vaan ulkomaanloma olisi ensisijainen vaihtoehto lomailutapaa valitessa. Tätä ajatusta hän vahvistaa puhumalla myös *haaveiden kaatumisesta* viitaten siihen, kuinka ulkomaanloma olisi mahdollisesti mieluisampi vaihtoehto irtiottona tai lomana, mutta erinäiset haasteet vaikuttavat siihen, ettei ulkomaanloma ole mahdollinen. Nimettyjä haasteita ovat *aikataulutus; budjetti; lastenhoitopulmat* sekä *ilmasto-ja lentoahdistus*. Näiden ilmausten käyttö ilmentää haasteita ajan- ja rahankäytön, perheasioiden järjestämisen ja matkailun eettisyyskysymyksiin liittyvien valintojen kanssa. Ne rakentavat matkailun diskurssia ilmentäen, kuinka ulkomaanlomalle lähtö vaatii vaivannäköä ja käytettävissä olevien resurssien järjestelyä sekä suunnittelua, kun taas staycation on mahdollisesti yksinkertaisempi tapa viettää lomaa. Lomalle lähtö ja valmistautuminen voi olla stressaavaa, aikaa vievää sekä kallista, lomalle tarvittavien tavaroiden oston sekä matkan ja toimintojen suunnittelun viedessä aikaa ja tuottaessa kustannuksia (Hall & Holdsworth, 2016, s. 298). Myös Tiian (blogi 10) käyttämä ilmaisu *ekstemporesti* puhuessaan hotelliyön varaamisesta suunnittelematta, ilmentää samaa staycationin suunnittelemisen tarpeen vähyyttä. Ainon ilmaisemia vastuullisuuskysymyksiä suhteessa staycationiin käsittelem seuraavassa alaluvussa.

Staycation määritellään blogijulkaisuissa ajankohtaiseksi matkailutavaksi käyttämällä ilmauksia *nyt iso trendi; nouseva trendi; trendikäs ja trendisana*. Samalla staycation määritellään vaihtoehdoksi ulkomaanmatkalle käyttämällä esimerkiksi ilmauksia *ulkomaanmatkan sijaan ja illuusio ulkomaanmatkasta*. Nämä rakentavat staycationista kuvaa juuri ajankohtaisena sekä vaihtoehtoisena matkailutapana ulkomaanmatkaan verrattuna. Seuraavissa otteissa staycationin hyötyjä suhteessa ulkomaanmatkaan argumentoidaan:

*Ei lentomatkoja, ei turhaa shoppailua vaan niistä kaupungin parhaimmista jutuista nauttimista, yö pehmoisissa hotellilakanoissa ja jonkun toisen tekemä aamiainen. (Jenna, blogi 4)*

*Ei lentokentällä jonottelua tai matkastressiä, vaan oikeasti rentouttava mini(hotelli)loma mahdollisesti jo tutuissa maisemissa ilman suorituspainetta kaikkien nähtävyyksien näkemisestä. (Johanna, blogi 5)*

*Välillä yöpyminen jossakin kotiseudun hotellissa voi olla jopa rentouttavampaa, kuin toiminnantäyteinen lomaviikko ulkomailla. (Maija, blogi 1)*

Matkustamisen diskurssissa staycationista rakennetaan positiivista kuvaa suhteessa ulkomaanlomaan esittämällä ulkomaanlomilla mahdollisesti esiintyviä haittoja negatiiviseen sävyyn. Kieltoisuuden käyttö aineisto-otteissa osoittaa, kuinka staycationilla näitä haittoja ei ole. *Ei lentomatkoja, ei turhaa shoppailua; ei lentokentällä jonottelua tai matkastressiä* ovat ilmauksia, joilla staycationin hyötyjä kuvataan. Staycationin paremmuutta kuvataan ilmauksilla *parhaimmista jutuista nauttiminen; oikeasti rentouttava; ilman suorituspainetta ja jopa rentouttavampaa*. Nämä ilmaukset haastavat mielikuvaa siitä, kuinka ulkomaanloma olisi kaikkein rentouttavain lomailutapa, esittäen että se olisikin suorittavampaa toimintaa. Esimerkiksi De Bloom ym. (2017) tutkimuksen mukaan mitä suurempi on etäisyys kotiympäristöstä, sitä palauttavampana loma koetaan. Aineiston ilmaukset kuitenkin ilmentävät, ettei pelkkä etäisyys riitä määrittämään loman rentouttavuutta. Tiia kertoo staycationin hyödyistä: *pakko sanoa, että kotiin palatessa oli super levännyt ja rentoutunut, vaikka kyseessä näin lyhyt miniloma olikin!* Tämä lausahdus rakentaa edelleen kuvaa siitä, kuinka staycation voi olla yhtä rentouttava kuin ulkomaanlomakin, vaikka se on lyhytkestoisempi.

Matkailun diskurssissa staycationin vaihtoehtoisuus ulkomaanlomalle kyseenalaistetaan esittämällä ajatus, voisiko staycation olla yhtä aikaa sekä ulkomaanloma että lähiloma. Satu (blogi 14) kyseenalaistaa staycationin määrittelyn pohtimalla blogijulkaisussaan, voiko Tallinnan matka olla staycation-loma helsinkiläiselle, vaikka se sijaitsee Suomen rajojen ulkopuolella. Hän argumentoi asiaansa vedoten *lyhyeen välimatkaan* sanoessaan: *Eikös staycationia määrittele eniten lyhyt välimatka eli se, että se on lähiloma?* Satun mukaan *Tallinnaan on Helsingistä 90 kilometriä*. 90 kilometrin etäisyys sisältyisi Alexanderin ym. (2011, s. 6) ja Jamesin ym. (2017, s. 389) esittämään määritelmään, jossa staycation voisi tapahtua 80–180 kilometrin päässä kotoa. Staycationin määritelmää rakennetaan etäisyyden lisäksi myös valinnan mahdollisuuden perustalle: *Valitsetko matkasi niin, että menet*

*lähilomalle kaukomatkan sijaan? Matkustatko lähilomalle maata pitkin, etkä lentämällä?* Ilmauksesta lähiloman valinta kaukomatkan sijaan saa kuvan, että staycationin viettämisen tulee olla tietoinen valinta. Ilmaus *maata pitkin eikä lentämällä* puolestaan ilmentää taustaoletusta, ettei lentäminen ole vaihtoehto lähilomalla, kun liikutaan lyhyitä etäisyyksiä. Lisäksi Satun mukaan Tallinnan matkaa voi sanoa staycationiksi, koska hänelle *kaupunki on jo entuudestaan tuttu* ja hän *rakastaa löytää uusia kokemuksia läheltä*. Hänelle merkityksellistä ovat siis läheisyys ja tuttuus, ei niinkään se staycation-kohteen sijainti. Tämä eroaa Räikkösen ym. (2018, s. 37) argumentista, jonka mukaan tuttuja kohteita kohtaan ei koettaisi mielenkiintoa. Nämä merkityksenannot rakentavat staycationista kuvaa, jossa sen määritelmä ei ole aivan yksiselitteinen.

Matkailun diskurssi esittää runsaan rahankäytön staycationilla vähemmän oikeutetuksi verrattuna ulkomaanmatkan rahankäyttöön. Kolmessa blogijulkaisussa (Johanna, Satu ja Maria) käsitellään staycation-kokemuksen rahallisia kustannuksia. Rahankäyttöä staycationilla kuvataan näissä blogijulkaisuissa sanoilla *kallis; kustantaa; kallista vai edullista; yhden yön loman hintalappu; pieni panostus; panostaa rahallisesti; olla budjettia* ja *tuhlailufiilis*, jotka ilmentävät oletusta hotelliyöpymisen hintavuudesta ja rahankäytön runsaudesta. Johanna viittaa staycationiin puhuessaan kotimaanmatkailusta:

*Kotimaanmatkailu on kallista, ja tässä vaiheessa kaikkia varmastikin kiinnostaa, mitä minilomamme tuli kustantamaan. Vastaus: 530 euroa. Kallista vai edullista, sen jokainen päättäköön itse. (...) Äkkiseltään ajateltuna yhden yön loman hintalappu kuulostaa kalliilta, mutta avomiehen kanssa olemme jo siinä vaiheessa, että olemme valmiita maksamaan vähän paremmasta. Kun harvoin pääsee käymään jossain kahdestaan, tuntuu pieni panostus pelkästään hyvältä (vaikkakin valitsen edelleen ulkomaanmatkoille selän kustannuksella edullisia b&b-huoneita). Eikä suhteessa yksi viiden tähden hotelliyökään tunnu niin kalliilta, kun ajattelee suurien ketjuhotellien hinta-laatusuhdetta. (Johanna, blogi 5)*

Johannan lausahdus *kotimaanmatkailu on kallista* perustelee osaltaan rahankäytön runsautta staycationilla: rahaa on pakko käyttää hintatason korkeuden takia. Kotimaanmatkailu kuvataan Suomessa yleisestikin kalliiksi. Ulkomaanmatkailu on yhtä kallista, ellei kalliimpaa sisältäessään matkustamis- sekä majoittumiskustannuksia pidemmälle ajalle muun rahankäytön lisäksi. Lisäksi Johanna vertaa *pienää panostusta* ja *ulkomaanmatkojen edullisten b&b -huoneiden valintaa*, mikä ilmaisee ajatusta siitä, että hotellin ollessa staycation-kohde siitä ollaan valmiita maksamaan enemmän, mutta ulkomaanmatkoilla

majoituksesta säästetään, koska se ei ole loman pääasia. Myös adjektiivin *pieni* käyttö ilmentää ajatusta rahankäytön vähäisyyden tunteesta, kun tarve hotelliyöllä on suuri.

Hotelliyön kalleudesta puhuvat myös Satu ja Maria:

*Miksipä lähilomalla ei voisi myös yöpyä laadukkaassa hotellissa, jos siihen haluaa panostaa rahallisesti.* (Satu, blogi 14)

*Jos budjettia on, jo yksikin kodin ulkopuolella vietetty hotelliyö staycation henkeen voi tehdä lomantunnulle ihmeitä.* (Maria, blogi 3)

Ilmauksilla *olla budjettia* ja *panostaa rahallisesti* ilmennetään hotelliyön kalleutta. Syitä haluta kuitenkin maksaa enemmän hotelliyöpymisestä esitetään ilmauksin *laadukas hotelli* ja *tehdä lomantunnulle ihmeitä*, jotka ilmentävät laatuhaakuisuutta sekä maisemanvaihdoksen tarvetta staycationilla, joista ollaan mahdollisesti valmiita maksamaan enemmän. Räikkönen ym. (2018) esittävät, ettei staycation-loma tarjoaisi samaa vastinetta rahalle kuin ulkomaanloman tarjoamat mahdollisuudet (Räikkönen ym., 2018, s. 37). On mahdollista, että staycationilta haetaan laadukkuutta ja maisemanvaihdosta pois kotoa, vaikka vähän runsaammalla rahankäytöllä, jos sen avulla voisi kokea saavansa rahoille vastinetta. Matkailun diskurssissa rahankäyttö staycationilla rakentuu asiaksi, jolla haetaan erityisyyttä ja lomantunnelmaan pääsyä pois kotoa.

Ilmaisuilla *harvoin pääsee käymään jossain kahdestaan; valmiita maksamaan vähän paremmasta; pieni panostus tuntuu pelkästään hyvältä; viiden tähden hotelliyökään ei tunnu niin kalliilta; laadukas hotelli; voi tehdä lomantunnulle ihmeitä; voi hyvällä omallatunnolla nauttia hieronnoista; suhteessa todella edullista kivaa ja käyttää raha hyvällä omallatunnolla itselle mieluisimpaan tekemiseen* perustellaan ja pyritään oikeuttamaan rahankäyttöön liittyviä valintoja staycationilla. Rahankäyttö lomalla voidaan oikeuttaa puhumalla kuinka se on ansaittu ahkeralla työnteolla ja säästämisellä, ja kuinka sille on myös tarve (Hall & Holdsworth, 2016, s. 288).

Lomailuun kuitenkin monesti yhdistetään myös tarpeeton ja ylenpalttinen kulutus (Hall & Holdsworth, 2016, s. 288), kuten myös Maria ilmentää:

*(...) miksi kotikaupungissa vietetystä lomasta tulee niin helposti tuhlailufiilis, vaikka totuus on se, että sillä summalla, minkä vaikka viikon ulkomaanmatkassa säästää, voi hyvällä omallatunnolla nauttia hieronnoista sun muista. Toki jos kotilomaan varaa monet fine diningit ja spat, niin saa siitäkin kustannuksia aikaan, mutta esimerkiksi arkilounaiden syöminen ulkona, hyvissäkin ravintoloissa, on suhteessa todella edullista kivaa. Ehkä sitä voisikin yrittää määrittää itselleen jonkinlaisen budjetin ja käyttää sitten se raha hyvällä omallatunnolla itselle mieluisimpaan tekemiseen. (Maria, blogi 3)*

Marian käyttämä ilmaisu *tulee niin helposti tuhlailufiilis* ilmentävää ajatusta, jossa staycationilla käytetty raha olisi ikään kuin hukkaan heittämistä, minkä takia rahankäytöstä itsensä hemmotteluun (sanat *hieronta; fine dining; spa; ravintola*) tulisi huono omatunto. Itsensä hemmottelua esimerkiksi hotellissa tai kylpylässä voidaan oikeuttaa puhumalla kustannuksista, jotka matkustuskuluissa säästetään staycationilla (Besson, 2017, s. 41). Maria kuitenkin argumentoi staycationin kalleuden ajatusta vastaan puhumalla, kuinka staycationilla rahaa voi käyttää *hyvällä omatunnolla* tai kuinka ravintolakäynti voi olla *todella edullista kivaa*, verraten *summaan, jonka viikon ulkomaanmatkassa säästää*. Se, että Maria on valinnut käyttää ilmausta *hyvä omatunto*, ja se toistuu tässä aineisto-otteessa, ilmentää taustaoletusta, että Maria argumentoisi rahankäytön tuhlailevuuden ajatusta vastaan. Näin rahankäytön ilmennetään aiheuttavan huonoa omaatuntoa. Hän esittää vielä ratkaisun huonosta omatunnosta pääsemiselle ehdottamalla *budjetin* asettamista staycation-lomalle, ihan niin kuin ulkomaanlomallakin usein tehdään. Hän puhuu vielä *totuudesta* eli esittää varmana ajatuksen siitä, että ulkomaanmatkaan verrattuna staycation on edullisempaa lomailua. Besson (2017) ja James ym. (2017) argumentoivat, kuinka juuri alhainen hinta olisi yksi syy staycation-loman valitsemiselle ulkomaanmatkan sijaan (Besson, 2017, s. 41; James ym., 2017, s. 388). Sharman (2009) mukaan staycationeista puhutaan edullisempaan vaihtoehtona lomamatkalle, vaikka todellisuudessa staycation voi maksaa yhtä paljon ellei jopa enemmän kuin perinteinen lomamatka (Sharma, 2009). Ristiriitaiset kuvaukset rahankäytöstä joko kalliina tai edullisena staycationilla sekä aineistossa että tutkimuskirjallisuudessa osoittavat ettei rahankäytön kysymys ole yksiselitteinen. Matkailun diskurssissa rahankäytöstä staycationilla puhutaan kuitenkin kriittiseen sävyyn, ikään kuin rahankäyttöä tarvitsisi oikeuttaa lähellä lomaillessa.

Yhteenvetona tulkitsen, kuinka matkailun diskurssin keskiössä on staycationin ja ulkomaanlomailun välinen vertailu. Matkailun diskurssi rakentaa staycationista kuvaa vaihtoehtoisena ja yhtä houkuttelevana lomailutapana verrattuna ulkomaanlomaan, vaikka

perinteisen matkailun diskurssi esitetäänkin dominoivaksi ajattelutavaksi lomailusta puhuttaessa. Diskurssi esittää, kuinka staycationilla on mahdollisuus täyttää samat tarpeet kuin ulkomaanlomallakin. Rahankäytön näkökulmasta staycation kuvataan verrattain kalliiksi ja tuhlailevaksi lomailuksi, jolle haetaan oikeutusta painottaen tarpeita, joiden täyttämiseksi staycationia vietetään. Matkailun diskurssissa kotikaupungissa rahankäyttöä staycationilla ei esitetä yhtä oikeutettuna kuin lomamatkalla kuluttamista.

## 7.2 Vaivatonta ja vastuullista matkustamista

Matkustamisen diskurssi eroaa edellisessä luvussa käsittelemästäni matkailun diskurssista aiheeltaan: matkustamisen diskurssin keskiössä on liikkumisen merkityksellistämisen tavat staycationista puhuttaessa. Matkustamisen diskurssien rakentamilla merkityksillä on yhteyksiä yhteiskunnallisesti yleistyvään keskusteluun ulkomaanmatkailun ilmastovaikutuksista ja eettisistä matkailuvalinnoista. Kuudessa blogijulkaisussa käsitellään tavalla tai toisella matkustamisen vaivattomuutta tai vastuullisuutta osana staycationia.

Matkustamisen diskurssissa staycationista puhumisen yhteydessä adjektiivi *helppo* toistuu eri blogijulkaisuissa. Helppoudesta puhutaan käyttäen ilmauksia *helppo lähteminen*; *helposti toteutettavissa*; *helppo toteuttaa*; *ei voi olla mitään helpompaa tapaa matkustaa* ja *helppo tapaa ottaa pieni irtiotto arjesta*. Näiden ilmausten käyttö rakentaa staycationista kuvaa vaivattomana matkustamistapana. Myös Bessonin (2017, s. 41) tutkimuksessa staycation merkityksellistetään helpoksi lomailutavaksi, mikä nähdään staycationin hyötynä suhteessa ulkomaanlomaan. Matkustaminen ilmenee sanoissa *lähteminen*, *toteuttaa* ja *matkustaa*. Vielä se, että ilmaistaan ikään kuin varmasti ja poissulkevasti, ettei *voi olla* muita helpompia matkustustapoja kuin staycationilla on, vahvistaa mielikuvaa staycationin vaivattomuudesta. Helppouden ulottuvuus arvioidaan blogijulkaisuissa korkealle, kun staycationista rakennetaan kuvaa mahdollisena matkailutapana, jos halutaan lomailla, muttei nähdä liikaa vaivaa matkustamisen eteen. Perinteiset lomamatkat vaativat usein energiaa, kovaa työtä ja kestävyyttä (Franklin, 2003, s. 32) sekä vaativat paljon suunnittelua ja valmistautumista (Hall & Holdsworth, 2016, s. 298).

Matkustamisen nopeus staycationilla arvioidaan matkustamisen diskurssissa korkealle. Matkustamisen keston lyhyys mainitaan ajan säästämisen näkökulmasta. Jeuring ja Haartsen

(2016, s. 3–4) esittävätkin, kuinka lomaillessa etäisyydellä kohteeseen ei ole niin suurta merkitystä, merkityksellisempää on tunne siitä, että on muualla kuin kotona.

*Oli ihan kätevää ja oikeastaan aika jännä kokemus, kun kotoa lähtiessämme olimmekin kymmenen minuutin ratikkamatkan jälkeen yhtäkkiä mystisen Lapin tunnelmissa. (...) matkustamiseen kuluneen ajan saa käytettyä paremmin hyödyksi vaikkapa vaahtokylvyssä vähän pidempään nautiskellen. (Aino, blogi 9)*

*Staycation on helppo toteuttaa kiireisemmälläkin aikataululla, sillä siirtymisiin ei tuhlaannu aikaa. Alle 24 tunnissa ehtii hyvin nauttia matkailun tunteesta ja palata sitten sujuvasti omaan arkeen. (Liisa, blogi 11)*

Aino kuvaa ilmaisuin *ihan kätevä ja jännä kokemus* matkan lyhyttä hotellille ja kuinka nopeasti maisemanvaihdos Lappi-tunnelmaan tapahtui staycationilla hänen viettäessään hotellilomaa Lappi-teemaisessa hotellissa Etelä-Suomessa. Franklin (2003, s. 13) esittää, Simpsonia (2001) mukailen, kuinka erityisesti Yhdysvalloissa kasvaa ajatus siitä, ettei ole pakko matkustaa ulkomaille, kun ulkomaat tulevat luokse, viitaten Yhdysvaltojen monikansallisuuteen (Simpson, 2001, xxiv, Franklinin, 2003, s. 13 mukaan). Franklinin (2003) ajatuksen pohjalta tällainen Ainon mainitsema teemahotelli luo ajatuksen siitä, ettei ihmisten ole pakko matkustaa matkakohteeseen, esimerkiksi Lappiin, kun Lappi tulee luokse. Staycationilla hotellin teemallisuus olisi siksi erityisen toimiva konsepti, jos ei välttämättä haluta tai ole tarvittavia resursseja matkustaa kauas kotoa.

Lisäksi Ainon käyttämässä vertauksessa *reissusta on kuitenkin aina kiva palata kotiin ja tässä tapauksessa erityisen ihanaa oli, että olimme kotona jo puolituntia hotellista uloskirjautumisen jälkeen* Aino arvottaa ilmaisuin *aina kiva* ja *tässä tapauksessa erityisen ihanaa* paremmaksi sen, että staycationilla kotimatka on lyhyempi verrattuna perinteiseen matkaan. Liisa sanoo, ettei *siirtymisiin tuhlaannu aikaa* ja Aino arvottaa ilmauksella *vaahtokylvyssä vähän pidempään nautiskelu* rentoutumisen ja hidastamisen korkeammalle kuin ajan käytön matkustamiseen. Myös Liisan ilmaukset staycationin toteuttamisesta *kiireisemmällä aikataululla* ja *alle 24 tunnissa* tuovat esille ajatuksen siitä, kuinka nykypäivänä arkielämä on kiireistä, ja nyt staycationin ansiosta lomaillessakin voi säästää aikaa ja viettää ikään kuin ”pikaloman” arjen keskellä *matkailun tunteesta nauttien*.

*Ei voi olla mitään helpompaa tapaa matkustaa kuin pakata laukkuun pelkät illallisvaatteet ja meikkipussi siirtyä vaikka kävellen hotelliin. (Jenna, blogi 4)*



*Pakkasimme siis kassimme ja lähdimme kotoamme Helsingin Munkkivuoresta matkalle, joka oli maantieteellisesti lyhyempi kuin mikään aiempi reissumme koskaan. Periaatteessa olisimme voineet vaikka kävellä, mutta menimme nyt kuitenkin ratikalla. (Liisa, blogi 11)*

*Ilman mitään matkustamiseen normaalisti liittyvää vaivaa. Kassissa vain vaihtovaatteet ja hammasharja. (Aino, blogi 9)*

*Mukanamme oli vain pieni käsimatkatavaran mitat täyttävä vetolaukku. (Johanna, blogi 5)*

*(...) hyppäsin neljän maissa metroon ja suuntasin kohti keskustaa. (Ronja, blogi 12)*

Matkustamisen diskurssissa myös matkustamisen vaivattomuus kuvataan staycationin viettäjiille arvokkaaksi asiaksi. Viidessä blogijulkaisussa matkustamisen vaivattomuudesta staycationilla puhutaan kertomalla pakkaamisen helppoudesta ja liikkumisen vaivattomuudesta hotellille. Vaivattomuutta kuvataan ilmauksilla *ei helpompaa tapaa; maantieteellisesti lyhyempi* ja *ilman vaivaa*. Sanojen *pelkkä* (Jenna) ja *vain pieni* (Johanna) käyttö matkatavaroista puhuttaessa ilmaisee, miten vähän staycationille tarvitsee pakata, vahvistaen edelleen staycationin vaivattomuutta. Liikkumistavoiksi blogijulkaisuissa mainitaan *kävely* (Jenna); *auto* (Kati); *ratikka* (Aino, Liisa); *metro* (Ronja) ja *juna* (Kristiina). Listasta puuttuvat esimerkiksi lentokoneella ja laivalla liikkuminen, jotka olisivat ulkomaanmatkalla dominoivia matkustustapoja. Muiden liikennevälineiden valinnasta ja julkisilla liikennevälineillä kulkemisesta puhuminen ilmentävät, kuinka helppoa ja nopeaa matkustaminen staycationilla on.

Lähimatkailun motiiveja ovat kohteiden helppo saavutettavuus, lyhyt matkustusaika sekä uusien kokemusten löytäminen lähialueilta (Jeuring & Haartsen, 2016). Matkailun diskurssissa etäisyys määrittäytyy staycationiin liittyen hyvinkin oleelliseksi ulottuvuudeksi. Etäisyyksiä mainitaan joko ajan tai matkan määreinä useissa blogijulkaisuissa matkustamisen vaivattomuudesta puhuttaessa, mitkä ilmentävät matkojen lyhyyttä tai nopeutta. Jenna viettää staycationia *1,5 kilometrin päässä* kodistaan, Kati puolestaan *kahden kilometrin päässä keskustasta*, Johannan kuvaamat ravintolat ovat *vain muutaman tai alle kymmenen minuutin matkan päässä hotellilta*. Etäisyyksistä puhuminen ja niiden mainitseminen ylipäättään osoittavat, kuinka suuri merkitys lyhyillä etäisyyksillä esitetään olevan staycationilla, kun halutaan helppoutta, rentoutumista ja rauhoittumista. Matkustamisen diskurssi esittää, kuinka lyhyet etäisyydet voivat edesauttaa näissä tavoitteissa.

Liisa kertoo hyötyjä staycationilla matkustamisesta: *Lähteminen ja palaaminen ei rasita. Heti hotelliin saapuessasi olet virkeä ja levännyt – et matkanteosta rättiväsinyt niin kuin pidemmällä reissuilla. Ilmaisut ei rasita ja olet virkeä ja levännyt verrattuna ilmaisuun rättiväsinyt*, joka viittaa pidemmillä matkoilla koettuun olotilaan ilmentävät myös staycationin vaivattomuutta verrattuna pidempiin lomamatkoihin. Taustalla on oletus siitä, kuinka pitkien matkojen matkustaminen on henkisesti ja fyysisesti kuormittavaa (Franklin, 2003, s. 32). Staycationilla tätä ongelmaa ei ole etäisyyksien lyhyiden ja matkustamisen nopeuden takia. Iris tukee Franklinin (2003, s. 32) ajatusta: *Aina ei jaksa. Siis todellakaan. Meinaan reissaamista*. Hänkin ilmaisee tässä matkustamisen kuormittavuuden käyttämällä verbiä *jaksa* sekä sanalla *todellakaan* ja lyhyillä lauseilla tuo painotusta sanoilleen. Tällaiset merkityksenannot rakentavat matkustamisen diskurssissa ajatusta, kuinka staycationilla matkustamisen vaivattomuus on nautinnollisempaa vaatien vähemmän fyysisiä ja henkisiä resursseja kuin matkustaminen pidemmillä lomilla.

Matkustamisen diskurssiin on vahvasti nykypäivänä kytköksissä vastuullisuus – ja kestävyyskeskustelu. Staycation-lomailua yhdessä lähimatkailu-ilmion kanssa kaavaillaan vastuullisiksi matkailuvaihtoehtoiksi (Diaz-Soria, 2016, s. 3–4; ILA-hanke; Räikkönen ym., 2018, s. 28). Blogijulkaisuissakin vastuullisuuskysymykset tuodaan esille staycationista puhuttaessa. Esimerkiksi Iris ilmaisee ilmauksella *nouseva trendi* yleisesti vastuullisen matkailun kasvusta: *Vastuullinen matkailu on nouseva trendi*. Viidessä blogijulkaisussa käsiteltiin staycationin vastuullisuutta tai vähintään mainittiin vastuullisuuden ulottuvuus.

*Sokos Hotellien blogi-illassa bloggaajat haastettiin pohtimaan vastuullista matkailua ja suunnittelemaan unelmien staycation*. Iiriksen (blogi 7) lause ja verbi *haastaa* osoittavat, kuinka hotelliketjut ovat mukana kampanjoimassa vastuullisemman matkailun puolesta ja motivoivat bloggaajiakin kirjoittamaan aiheesta. Näin kaupallisen yhteistyön kautta yleisesti jaettu vastuullisuuden ideologioita välitetään blogien lukijoille. Matkustamisen diskurssissa hotelleista puhutaan siis aktiivisina matkailun vastuullisuuskeskusteluun osallistujina. Lauseessa rinnastetaan myös vastuullisuus ja *unelmien staycation*, mikä rakentaa mielikuvaa staycationista vastuullisena ja samalla ihanteellisena matkailumuotona. Myös Iiriksen blogijulkaisussa sanan *vastuullisuus* toistuminen eri muodoissaan yksitoista kertaa vahvistaa tätä mielikuvaa. Nämä puhuvat rakentavat staycationista kuvaa hotellien tapana markkinoida vastuullista toimintaansa staycation-konseptin avulla.

Matkustamisen diskurssissa vastuullisuuden ulottuvuus staycationilla yhdistetään lyhyisiin etäisyyksiin, joita staycationilla matkustetaan. Tähän liittyen Liisa kertoo: *On ympäristöystävällisempää, kun ei tarvitse lentää tai edes autoilla. Oman kaupungin keskustassa sijaitsevaan hotelliin pääsee julkisilla!* Liisa yhdistää ympäristöystävällisyyden, julkisen liikenteen ja oman kaupungin keskustan läheisyyden verraten sitä lentämiseen ja autoiluun ilmentäessään staycationin vastuullisuutta ulkomaanmatkaan verrattuna. Lisäksi Iiris kertoo:

*Staycationit voivat olla vastuullisia jo oletusarvoisesti: ei kuluteta luonnonvaroja ainakaan kulkemiseen kun ollaan ihan kotikaupungissa. Tai vaihtoehtoisesti matkustetaan lyhyitä matkoja esimerkiksi junalla tai kimppakyydillä.* (Iiris, blogi 7)

Iiriksen ylläolevassa otteessa käyttämät ilmaukset *staycationit ovat vastuullisia jo oletusarvoisesti; ei kuluteta luonnonvaroja ainakaan kulkemiseen ja vaihtoehtoisesti matkustetaan lyhyitä matkoja* korostavat staycationin helppoutta sillä, että staycationilla vastuullisuutta ei tarvitse ainakaan matkustamiseen liittyen miettiä etäisyyksien ollessa lyhyitä. Lisäksi Johanna (blogi 5) ja Aino (blogi 9) tukevat ajatusta staycationin vastuullisuudesta mainiten sanatasolla lyhyesti staycationin viettämisen olevan *ilmastoteko* (Johanna) sekä toimivan helpotuksena *ilmasto -ja lentoahdistukseen* (Aino). Viittaukset ilmastokeskusteluun ilmentävät sen ajankohtaisuutta nyky-yhteiskunnassa ja erityisesti matkailualalla (vrt. Cohen & Cohen, 2012).

Ilmasto- ja lentoahdistus ovatkin keskustelunaiheina yleistyneet 2010-luvulla matkailusta puhuttaessa (ks. Urpelainen, 2018). Marian (blogi 3) lausahdus *Ajankohtainen aihe on myös yleisesti monen miettiessä lennoista koituvaa hiilijalanjälkeä* osoittaa, kuinka aihe on pinnalla julkisessa keskustelussa ja se kiinnostaa ihmisiä. Myös Iiriksen (blogi 7) kysymyksessä: *Miten reissailusta saisi vähän paremman omatunnon?* Käytetty ilmaus *vähän parempi omatunto* viittaa siihen, kuinka nykyään matkustamisesta aletaan puhua yhä negatiivisempaan sävyyn sen kestättömyyden vuoksi, minkä oletetaan aiheuttavan matkailijoille huonoa omatuntoa kauemmas matkustamisesta. Myös Räikkönen ym. (2018, s. 28) nostavat esiin kysymyksen, kuinka kauan lentomatkailu vielä on yhteiskunnassamme sosiaalisesti hyväksyttävää (Räikkönen ym., 2018, s. 28). Moraalisten valintojen ja käyttäytymisen muutokset ovat mahdollisia, lisäten kodin lähellä matkailua. Etäisyydestä

voikin tulla haitta ja läheisyydestä uusi kulutushyödyke. (Jeuring & Haartsen, 2016, s. 1.) Se, että matkustamisen diskurssissa staycationista puhutaan positiiviseen sävyyn ikään kuin yhtenä ratkaisuna matkailun vastuullisuuskysymyksiin, rakentaa staycationista kuvaa vastuullisena matkailuvaihtoehtona ilmastokysymysten ollessa ajankohtaisia. Staycation tarjoaa mahdollisuuksia vähentää matkailukulutuksen aiheuttamia negatiivisia ympäristövaikutuksia (Gössling ym., 2010, de Bloom ym., 2017, s. 583 mukaan). On kuitenkin epätodennäköistä, että matkailijat unohtaisivat kokonaan matkustamisen ympäristösyiden takia, koska se olisi ristiriidassa matkailun hedonistisen eli nautinnonhakuisen luonteen kanssa (Franklin & Crang, 2001, s. 14; Jeuring & Haartsen, 2016, s. 2).

Yhteenvetona tulkitsen, kuinka matkustamisen diskurssin keskiössä on staycationin arvottaminen vaivattomampana, nopeampana ja vastuullisempana matkustamismuotona verrattuna perinteiseen matkailuun ja matkustamiseen. Bloggaajien kertomukset liikkumisen, pakkaamisen ja etäisyyksien lyhyiden mukavuudesta edelleen vahvistavat kuvaa staycationista yhtä arvokkaana mutta helpompana tapana lomaillla ja päästä lomatunnelmaan kuin perinteinen matka. Helppouden arvottaminen tärkeäksi staycationilla ilmentää tarvetta vaivattomalle lomailulle kiireisen arjen lomassa. Lisäksi matkailun vastuullisuuden ulottuvuuksien ollessa pinnalla nykyään ilmastokeskusteluissa staycation saa tärkeää painoarvoa vastuullisena, matkustusvapaana matkailumuotona lähellä kotia. Matkustamisen diskurssin esittämät kuvaukset rakentavat staycationista kuvaa eräänlaisena ”pienempänä” ja eettisempänä versiona ulkomaanmatkasta.

## 8. YHTEENVETO JA POHDINTA

Tutkielmani lopuksi vedän yhteen tutkimukseni päätulokset, jotka rakentavat staycationista kuvaa arkielämän ja lomailun ulottuvuuksia yhdistävänä matkailuilmionä ja vaihtoehtoisena lomailutapana ulkomaanlomailun tilalle. Pohdin lisäksi staycationin merkitystä matkailuilmionä matkailutapojen muuttuessa yhteiskuntien mukana. Tutkimuksessani on rajoituksia esimerkiksi blogiaineiston kannalta. Staycation-lomailua koskeva jatkotutkimus voisi sukeltaa yhä syvemmälle staycationiin liitettäviin lomailumotiiveihin ja sen potentiaaliin tuoreena matkailuilmionä.

### 8.1 Lifestyle-blogeissa rakentuva representaatio staycationista

Tutkimukseni tavoitteena on ollut tarkastella diskurssianalyysin keinoin, millainen representaatio eli kielellinen kuvaus staycationista rakentuu matkailuilmionä suomalaisissa lifestyle-blogeissa. Osakysymyksinäni toimivat: *Mitä merkityksiä staycation-lomalle annetaan? Miten annettuja merkityksiä tuotetaan kielellisesti ja visuaalisesti? Miten blogitekstien eri toimijuudet vaikuttavat merkitysten rakentumiseen?* Sosiaalisen konstruktionismin paradigma on ohjannut tutkimukseni kahta pääajatusta siitä, kuinka (1) matkailuilmioita rakennetaan diskursiivisesti kielenkäytössä bloggauskulttuurissa ja (2) bloggaajilla on valtaa todellisuuden rakentajina mielipidevaikuttajan roolissa.

Systemaattisesti toteutetun diskurssianalyysin pohjalta olen tunnistanut 14 lifestyle-blogijulkaisua sisältäneestä aineistosta kolme pääteemaa, jotka ovat *arjen rooleista vapautuminen, lomailun paikat lähellä* sekä *perinteisen matkailun muutos*. Pääteemat kuvaavat aineistosta rakentuneita diskursseja, joita olen jäsenellyt kuusi: *vanhemmuuden, paikallisuuden, hotelliloman, kotiloman, matkailun ja matkustamisen* diskurssit. Nämä diskurssit ilmentävät erilaisten merkitystenantojen kautta staycation-matkailuilmionä liittyviä toimijuuksia, arjen ja loman yhteen kietoutuneisuutta, lomailun paikkoja ja tiloja sekä haastavat jokainen kohdallansa perinteisen matkailun määritelmää. Keskeisimpinä tutkimustuloksina aineistosta tunnistetut diskurssit rakentavat staycationista kuvaa arjen ja lomailun yhdistävänä ilmionä sekä potentiaalisena vaihtoehtona ulkomaanlomalle. Tutkimustulosten perusteella pystyn esittämään näkökulmia siihen, millaiseksi staycation-ilmio rakentuu suomalaisessa lifestyle-bloggauskulttuurissa.

Aineistossani staycationista rakentuu vahva kuva ”pienenä” eli lyhytkestoisena irtiottona arjesta, mikä tukee lomailun pääsääntöistä merkitystä arjen stressistä ja raskuudesta irtautumisena. *Vanhemmuuden diskurssissa* staycationin viettäminen merkityksellistetään pienten lasten vanhempien kertomuksissa hetkellisenä, yhden yön mittaisena irtautumisena lapsiarjen kuormittavuudesta. Vanhemmuuden diskurssissa vanhempien arki kuvataan kuormittavana, kiireisenä ja velvollisuuksien täyttämänä, mistä halutaan hetkellisesti irtautua lyhyen loman avulla. Vanhemmuuden rooleista vapautuminen kuvataan tärkeäksi rentoutumisen mahdollistavaksi tekijäksi staycationilla (vrt. Räikkönen ym., 2018). Vanhempien kertomuksissa staycationilla arvotetaan tärkeäksi vanhempien yhteinen sekä äidin oma aika, kiireettömyys, paikallaanolo ja rentoutuminen sekä arjen pieni luksus, joita ei kerrottu olevan mahdollista kokea arjessa. Osassa vanhemmuuden diskurssin kertomuksissa staycationia kuvataan kuitenkin myös verrattain riittämättömänä keinona arjen kuormittavuudesta palautumiseen lyhytkestoisuutensa vuoksi. Täten staycation kuvataan enemmänkin mahdollisuutena vanhempien hetkelliseen hengähdystaukoon.

*Paikallisuuden diskurssin* keskiössä on paikallisen ja turistin roolin vuoropuhelu. Paikallisuuden diskurssissa staycationista puhutaan vapautena valita joko turistin rooli omaan kotikaupunkiin tutustuen tai kyseisestä roolista vapautuminen. Tämä valinnan mahdollisuus tuo esiin, kuinka staycationin vieton on vastakkaisia motiiveja. Näitä motiiveja ovat esimerkiksi halu keskittyä paikallaanoloon hotellissa kaupungin kiertelyn sijaan tai suosia kaupunkiin tutustumista ilman arjen asettamia kiireitä. Turistina toimimiseen ei kuitenkaan välttämättä koeta kiinnostusta, jos oma kotikaupunki nähdään liian tutuna turistina toimimiseen, jolloin lomailuun kuuluvaa uutuudenviehätystä ei koeta. Bloggauskulttuurin vakiintuneet kielenkäytön tavat ovat havaittavissa paikallisuuden diskurssissa paikallisten käyttäessä paikallistietouttaan antaessaan arvioita hotelleista ja ravintoloista staycation-lomalta, mikä on blogeissa luonnollinen tapa vaikuttaa lukijoihin. Paikallisuuden diskurssissa arkielämän kokemuksia, muistoja ja arvostusta kotikaupunkia kohtaan kuvataan staycation-kokemuksen erityisyyden rakentajina. Kertomusten kautta staycationista rakentuu kuva osana paikallisten arkielämää ja –kokemuksia, kietoen yhteen arjen ja lomailun tilat (vrt. Edensor, 2007; Franklin, 2003).

*Hotellidiskurssi* esiintyy dominoivana aineistossa kuvaten hotelleja yleisimmiksi staycationin viettämisen paikoiksi, vaikka staycation-lomaa voisi viettää myös kotona (vrt.

Germann Molz, 2009; Sharma, 2009). Hotelliloman diskurssissa puhumattomuus mahdollisuudesta viettää staycationia myös kotona kuvastaa hiljaisuutta, jota staycationin viettämisen paikoista puhuttaessa ilmenee. Hotellidiskurssissa hotelliympäristö arvotetaan arjesta poispääsyn ja vanhemmuuden roolien unohtamisen tilaksi, jossa hotellin tarjoama luksus, kuten sisustus, hotellisänky ja -aamiainen sekä erityisyyden symbolit kuohuviini, kylpytakit ja -tohvelit edesauttavat lomatunnelmaan pääsyä. Yhdessäolo ei saa hotellidiskurssissa erityisen suurta painoarvoa, kuvausten keskittyessä pääosin toiminnan ja hotellin ominaisuuksien luonnehtimiseen. Hotellidiskurssissa toimijarooleille asetetaan erilaisia toimintatapoja staycationin vietossa: pariskunnat keskittyvät oleskeluun hotellissa, kun taas perheiden staycation-lomat ovat toiminnallisempia sisältäen aktiviteetteja kotikaupungissa. Hotellit, ravintolat ja huvipuistot kuvataan staycationin viettämisen paikoiksi, ylläpitäen niiden roolia yleisinä lomailuun kuuluvina tiloina. Hotellidiskurssissa näkyy myös kaupallisuuden ulottuvuus, joka on olennainen osa bloggauskäytäntöjä. Hotellidiskurssi kuvaa hotelleja aktiivisina toimijoina staycationin markkinoijina suomalaisille, antaen hotelleille tärkeää roolia staycation-ilmion rakentumisessa. Tämä johtaa siihen, että staycationille annetut merkitykset voivat olla blogijulkaisuissa kaupallisten tavoitteiden ohjailemia.

*Kotiloman diskurssi* rakentaa staycationista kuvaa kotona tai kotikaupungissa vietettynä lomana. Kotiloman diskurssi on marginaalisessa roolissa aineistossani vain kolmen blogijulkaisun käsitellessä staycationia kotilomana. Kotiloman diskurssissa staycationin vietossa haasteeksi kuvataan arjesta irtautuminen ja lomatunnelmaan pääsy. Hotelliloman diskurssissa lomatunnelmaan on helpompaa päästä maisemanvaihdoksen tapahtuessa. Merkittävimmäksi lomatunnelmaan pääsyn keinoksi kotiloman diskurssissa kuvataan, kuinka kotoa eli arjen tiloista on lähdettävä pois lomatunnelmaan pääsyn mahdollistamiseksi (vrt. Edensor, 2007; Hall & Holdsworth, 2016). Myös mikrohetkien käsite nousi aineistosta painottaen pienien erityisten hetkien tärkeyttä arjen keskellä mahdollisuutena rentoutumiseen.

Kotiloman diskurssissa staycation rakentuu toiminnallisemmaksi lomaksi kuin hotellidiskurssissa. Hotellidiskurssissa toimettomuus kuvataan riittäväksi tavaksi lomatunnelmaan pääsyssä maisemanvaihdoksen tapahtuessa, kun taas kotiloman diskurssissa lomatunnelmaan pääsyyllä esitetään yhtenä vaatimuksena pois kotoa lähteminen. Kaupungissa kiertelyn ulottuvuus painottuu kotiloman diskurssissa suhteessa luonnossa

liikkumiseen. Luonnossa liikkuminen ei saa oleellista roolia lomailutapana staycationilla, mikä rakentaa kotiloman diskurssiin hiljaisuutta luontoulottuvuudesta. Tämän hiljaisuuden ilmeneminen aineistossa rakentaa staycationista kuvaa enemmän kaupunkimiljöössä tapahtuvana lomailuna, vaikka staycation-lomailuun kuuluu myös mahdollisuus liikkua luonnossa kotikaupungin lähialueilla (vrt. Bertacchini ym., 2019; Pawlowska & Matoga, 2016).

Matkailun ja matkustamisen diskurssit kuvastavat perinteisten matkailutapojen mahdollista muutosta. Puhetavoissa korostetaan ajatusta staycationista vaihtoehtona ulkomaanlomalle. *Matkailun diskurssissa* rakennetaan staycationista vaihtoehtoa ulkomaanlomalle kuvaten staycationin hyötyjä verrattuna ulkomaanlomaan. Perinteinen matkailun diskurssi, eli yhteiskunnassa vallitseva puhetapa ulkomaanloman paremmuudesta rentouttavimpana lomailutapana, on aineistosta rakentuneessa matkailun diskurssissa vallitseva tausta-ajatus bloggaajien puheessa. Kuitenkin perinteisen matkailun diskurssia haastetaan kuvaamalla staycationia vaihtoehtoiseksi ja samat tarpeet, kuten rentoutumisen ja elämysten kokemisen, täyttäväksi lomailutavaksi. Rahankäytön näkökulmasta staycationista rakennetaan ristiriitaista kuvaa sekä edullisempänä että yhtä kalliina lomailutapana verrattuna ulkomaanlomaan. Kotikaupungissa kuluttamista ei kuitenkaan koeta yhtä oikeutetuksi kuin lomamatkalla kuluttamista, koska sitä ei koeta ansaittavan yhtä hyvin ilman maisemanvaihdosta.

*Matkustamisen diskurssin* keskiössä on staycationilla paikasta toiseen liikkumisen merkityksellistäminen vaivattomampana, nopeampana ja vastuullisempänä verrattuna pitkien matkojen matkustamiseen. Bloggaajat arvottavat vaivattoman liikkumisen, kevyen pakkaamisen ja kotoa esimerkiksi lähihotelliin matkustetut lyhyet etäisyydet korkealle staycation-kokemuksissaan. Lyhyiden matkustettujen etäisyyksien vuoksi staycation kuvataankin matkustamisen diskurssissa vastuullisena matkailumuotona. Diskurssissa staycation kuvataan ajankohtaiseksi lomailutavaksi matkailun vastuullisuuskysymysten ollessa pinnalla globaaleissa matkailun keskusteluissa. Matkustamisen diskurssissa hotelleista puhutaan aktiivisina matkailun vastuullisuuskeskusteluun osallistujina niiden välittäessä staycationin markkinoinnin yhteydessä kaupallisen yhteistyön kautta vastuullisuuden ideologioita blogien lukijoille. Lyhyiden ja nopeasti matkustettujen etäisyyksien, vaivattoman liikkumisen ja vastuullisuuden kuvauksien kautta staycationista



rakentuu kuva ikään kuin pienempänä, vaivattomampana ja eettisempänä versiona ulkomaanmatkasta.

Edellä mainituista diskursseista on löydettävissä yhteneviä ulottuvuuksia. Nämä tekijät ilmentävät niitä yleisesti vallitsevia lomailulle asetettuja odotuksia, jotka motivoivat ihmisiä lomailemaan joko kotona tai kauempana. Tutkimustulokset kuvaavat, kuinka staycation-lomalta haetaan erityisyyttä, rentoutumista, lomatunnelmaan pääsyä ja maisemanvaihdosta, mitkä ovat yhteneviä yleisten lomailulle asetettujen odotusten kanssa (vrt. Edensor, 2007; Hall & Holdsworth, 2016). Nämä odotukset kuvastavat lomailun yhteen kietoutuneisuutta arkielämän kanssa: lomatunnelmaan pääsy ja maisemanvaihdos koetaan lomalla aina suhteessa arkielämästä irtautumiseen.

Aineistosta tunnistamani kuusi diskurssia ovat rakentuneet merkitystenantojen pohjalta blogijulkaisuissa erilaisin kielenkäytön ja visuaalisin keinoin, joita bloggaajat käyttävät. Staycationin saamat merkityksenannot diskursseissa ovat muodostuneet esimerkiksi kyseenalaistamalla, haastamalla, vertailemalla, perustelemalla, määrittelemällä, toistamalla, painottamalla ja rinnastamalla. Merkityksiä on tuotettu erilaisin sanavalinnoin, kuten ylisanoilla ja superlatiiveilla, suomen kieleen vakiintuneilla ilmauksilla, huudahduksilla, kysymyksillä sekä kieltolauseilla. Aineistosta nousevia staycationia oleellisesti määritteleviä ja toistuvia ilmauksia ovat *arjen irtiotto, kiire ja rauha, turistin silmin, helppo pakkaaminen, pehmeät valkoiset lakanat, valmis aamupalapöytä, rentoutuminen, nautiskelu, ei tarvitse matkustaa, mikrohetket, trendi ja ilmastoteko*. Tekstin lisäksi blogijulkaisuihin valitut valokuvat tukevat merkityksenantoja visuaalisesti kuvastaen ulottuvuuksia, jotka arvoettiin tärkeiksi staycationilla. Kuvien sisältö koskee pääasiassa hotellien ja hotellihuoneiden sisustusta, lomailun paikkojen maisemia, lomailevia toimijoita, kuten pariskuntia, perheenjäseniä tai itse bloggaajia. Täten kuvien valinta mukaan teksteihin ilmentävät esimerkiksi rentoutumisen, arjen luksuksen ja visuaalisten tekijöiden merkitystä staycation-kokemuksessa.

Blogijulkaisuista identifioituneita toimijuuksia ovat vanhempien, paikallisten, perheiden, pariskuntien sekä bloggaajien roolit. Eri toimijat lataavat erilaisia merkityksiä staycation-lomalle, koska eri toimijat kokevat roolinsa mukaisesta näkökulmasta staycationin vieton, kuten aiemmassa diskurssien yhteenvedossa ilmenee. Vanhempien puheessa korostuu arjesta poispääsyn mahdollistuminen ja pariskunnan yhteinen rentouttava aika staycationilla.

Paikallisten puheen keskiössä on turistin roolin omaksuminen tai siitä vapautuminen staycationilla. Perheet arvostavat toiminnallisuuden kotikaupungissa, kun taas pariskunnat toimettomuuden ja ravintolakäynnit tärkeimmiksi staycationin aikaiseksi toiminnaksi. Bloggaajien rooli näkyy kirjoitetussa puheessa arvioiden tekemisenä, kaupallisen yhteistyön näkymisenä sekä lukijaan vaikuttamisena.

Yhteenvetona voidaan ehdottaa tutkimuksen perusteella staycationin representaation rakentuvan saamiensa diskursiivisten kuvausten perusteella suomalaisissa lifestyle-blogeissa seuraavanlaiseksi matkailuilmiöksi. Staycation on lyhykestoinen ja rentouttava kotikaupungissa vietettävä loma, joka tarjoaa hetkellisen irtautumisen arjen suorituspainesta ja kiireestä niin pienten lasten vanhemmille, perheille, pariskunnille, paikallisille kuin ystävillekin. Staycationia vietetään yhä useammin kotikaupungin hotellissa, mutta se omaa potentiaalia myös kotona ja kotikaupungissa vietettynä lomana, ja antaa valinnan mahdollisuuden tutkia kotikaupunkia turistin roolissa. Staycation on myös huomionarvoinen vaihtoehto ulkomaanlomalle ajankohtaisen vastuullisuutensa ja vaivattomuutensa ansiosta.

## **8.2 Kasvaako staycation-matkailusta yhtä suosittu matkailutapa ulkomaanmatkailun rinnalle?**

Tutkimukseni tuloksissa staycation rakentuu vaihtoehtoisena matkailutapana ulkomaanmatkailulle, kuvastaen jatkuvaa lomailutapojen muutosta, joka on osa matkailuilmiöiden dynaamista luonnetta (Franklin, 2003) matkailuilmiöiden rakentuessa ja muuntuessa ajan mukana. Tutkimustuloksissani korostuvat kuvaukset staycationista vaivattomana, nopeana ja vastuullisena matkailumuotona, mahdollistaen uusien kokemusten löytämisen lähialueilta ilman matkustamisen vaivaa. Nämä ominaisuudet ovat yhteneviä motiivien kanssa, joita lähimatkailulle asetetaan (Diaz-Soria, 2016, Jeuring & Haartsen, 2016). Juurikin helppo saavutettavuus on staycation-lomakohteiden hyöty verrattuna ulkomaanmatkailuun. Staycationin vietossa kiinnostavana ulottuvuutena suhteessa ulkomaanmatkailuun esiintyy juuri lomalle *jääminen* sille *lähtemisen* sijaan (vrt. Pawlowska & Matoga, 2016; Sharma, 2009). Tuloksissa staycation määrittyy vahvasti kotikaupungissa vietetyksi lomaksi, eroten muista määritelmistä, jotka kuvaavat staycationia voitavan viettää myös kotikaupungin lähialueilla tai jopa 180 kilometrin päässä kotoa (Alexander ym., 2011; James ym., 2017; Pawlowska & Matoga, 2016)

Tutkimustuloksissani hotellidiskurssi esittää hotelleja yleisimmiksi ja suosituimmiksi staycationin viettämisen paikoiksi. Tämä poikkeaa ensimmäisistä staycationin saamista määritelmistä, joiden mukaan staycation olisi ensisijaisesti kotona vietettävä loma (Germann Molz, 2009; Sharma, 2009). Kuitenkin 2009 jälkeen tehdyt tutkimukset (esim. Alexander ym., 2011; James ym., 2017) esittävät staycationilla yleiseksi yöpymistavaksi hotelliöön. Voisiko hotelliloman suosio staycationilla perustua ajatukseen siitä, kuinka hotelliympäristö on enemmän ulkomaanmatkailuun kuuluva ja siten rentouttavampi lomailumiljöö? Kotona vietetty staycation on suhteessa vielä marginaalisessa roolissa, ilmentäen ajatusta siitä, koetaanko hotelliloman tarjoama maisemanvaihdos pois arjesta tarpeellisempänä rentoutumisen mahdollistamiseksi.

Tutkimustulokset suhteutuvat myös arjen ja lomailun vuoropuhelua koskevaan tutkimuskirjallisuuteen (ks. esim. Edensor, 2007; Franklin, 2003; Hall & Holdsworth, 2016; Räikkönen ym., 2018) tuoden diskursiivista näkökulmaa siihen, kuinka staycationin kertomuksissa tuodaan esiin arjen ja lomailun yhteen kietoutuneisuus. Yhtäältä staycationista puhutaan odotettuna irtiottona arjesta, ja toisaalta arjen velvollisuuksista ja rooleista irtautuminen ja lomatunnelmaan pääsy ilmaistaan osittain haastavana tutussa arkiympäristössä. Tätä samaa haastetta mukailevat myös muut tutkimukset (Edensor, 2007; Germann Molz, 2009; Hall & Holdsworth, 2016; Räikkönen ym., 2018; Sharma, 2009), osoittaen kuinka maisemanvaihdos pois arkiympäristöstä koetaan edelleen oleellisena osana lomailua. Kuinka voisikin olla yhtä aikaa kotona ja samalla tuntee olevansa poissa? Tuloksissani lomatunnelmaan on kotiympäristössä mahdollista päästä pieniin erityisiin arjen hetkiin keskittymällä ja kotoa pois lähtemisellä.

Useissa tutkimuskeskusteluissa painotetaan turistin roolin omaksumista lomaillessa yhtenä keinona lomatunnelmaan pääsyssä (Diaz-Soria, 2016; Edensor, 2007; Germann Molz, 2009; Räikkönen ym., 2018). Tutkimustulokseni tukevat tätä ajatusta osoittaen, kuinka erityisesti tutussa kotiympäristössä lomaillessa turistin roolin omaksuminen korostuu. Tutkimustulokseni kuitenkin esittävät, kuinka staycationilla turistin rooli omaksutaan lähinnä tietoisesti, kun oma kotikaupunki halutaan nähdä ”turistin silmin”. Tämä tulos eroaa esimerkiksi Edensorin (2007) argumentista, jonka mukaan turistin rooli omaksutaan tiedostamatta, ollen normatiivinen toiminnan tapa lomamatkalla. Lomatunnelmaan pääsyn keinot ovat siis lukuisia staycationilla, rakentaen staycationin viettämistä enemmänkin siirtymisenä lomailuun tyypilliseen mielentilaan, kuin fyysisenä matkustamisena pois kotoa.

Esimerkiksi Besson (2017) ja Räikkönen ym. (2018) tukevat tätä ulottuvuutta tutkimuksissaan.

Globaalit kriisit ovat olleet mukana staycationin rakentumisessa matkailuilmionä, koska ne ohjaavat matkustamisen tapoja ja motiiveja (Cohen & Cohen, 2012). Jo vuonna 2008, staycationin syntyä aikana, staycation esitettiin Yhdysvalloissa vaihtoehtona ulkomaanlomalle talouskriisin takia matkustamisen ollessa kallista (Germann Molz, 2009; Sharma, 2009). Lentämisen välttäminen ja ilmastoahdistus ovat olleet kasvavasti esillä mediassa lähivuosina. Etenevä ilmastonmuutos merkityksellistetään tutkimustuloksissani yhdeksi syyksi viettää staycationia kotikaupungissa ulkomaille matkustamisen sijaan. Tämä mukailee esimerkiksi Davison ja Ryleyn (2016), Räikkösen ym. (2018) ja Diaz-Sorian (2016) näkemystä siitä, kuinka ihmisten kasvava tietoisuus matkailun vaikutuksista ja eettisten valintojen tekemisen sosiaalinen paine voivat vaikuttaa matkailutapojen muutokseen. Tutkimukseni on mukana osoittamassa muutosta, jonka mukaan kiinnostavia lomakohteita aletaan etsiä yhä lähempää, ja lyhyiden lomien suosio kasvaa pidempien lomamatkojen rinnalla (ks. Diaz-Soria, 2016; Edensor, 2007). Kuitenkin ulkomaanmatkailu kasvaa edelleen (ks. esim. Urpelainen, 2018), ja on epätodennäköistä, että ulkomaanmatkailu loppuisi kokonaan ympäristösyiden takia matkailun hedonististen odotusten takia (vrt. Franklin & Crang, 2001; Jeuring & Haartsen, 2016).

Ilmastonmuutos ei kuitenkaan ole ainoa globaali muutos, joka muuttaa matkailun nykytilaa. Keväällä 2020 on nähty erittäin osuva esimerkki siitä, kuinka globaalit kriisit voivat vaikuttaa matkailuun merkittävästi. Maailmanlaajuinen koronaviruspandemia käytännössä pysäytti lentoliikenteen ja erityisesti lomamatkustamisen täysin valtioiden sulkiessa rajansa ja rajoittaessa matkustamista viruksen leviämisen estämiseksi. Matkailuyritykset joutuivat ahdinkoon, eivätkä ihmiset ole päässeet pois kodeistaan lomailemaan. Tässä tilanteessa staycation-ilmionä on avautunut mahdollisuus kasvattaa suosiotaan: asiantuntijat odottavat lähimatkailun kasvavan koronapandemian myötä ulkomaanmatkailun elpessä hitaammin (Lehtinen, 2020).

Tietoisuuden kasvaessa staycationista myös sen vaihtoehtoisuus ulkomaanmatkailuun saa lisää mahdollisuuksia kasvaa ihmisten ajattelu- ja puhetavoissa. Kaupallisuuden puhettavat tunnistamissani diskursseissa tuovat esiin, kuinka suomalaiset hotelliketjut ovat lähivuosina alkaneet aktiivisesti markkinoida hotellejaan staycation-kohteina paikallisille hyödyntäen

bloggaajien roolia mielipidevaikuttajina. Monet suomalaiset hotellit siis ymmärtävät staycation-ilmion tuoman potentiaalisen matkailuyrityksille. Koska bloggaamalla viestitään uusista trendeistä lukijoille samalla rakentaen niitä, tällainen staycationin markkinointi blogijulkaisuissa saa staycation-ilmion näkymään laajemmin sosiaalisessa mediassa, minkä kautta yhä useammat sosiaalisen median käyttäjät voivat löytää staycationin. Tutkimustulokset ovat yhteneviä blogeja koskevan tutkimuskirjallisuuden kanssa siinä, kuinka bloggaajilla on vaikutusvaltaisina viestijöinä yhdessä yritysten kanssa resursseja vaikuttaa ilmiöiden, kuten staycationin, rakentumiseen bloggauskulttuurin välityksellä (Akehurst, 2008; Chittenden, 2010; Hänninen, 2015; Kozinets ym., 2010; Lin & Huang, 2006; Nardi, 2004; Schmidt, 2007; Sinanan ym., 2014).

Matkailun tavat muuttuvat dynaamisesti ajan ja yhteiskunnan mukana. Matkailutavat ovat muutoksessa matkailuun liitettävien tarpeiden, kuten rentoutumisen, uutuudenviehätyksen kokemisen ja arjesta palautumisen, säilyessä. Yhteiskunnan muutosten myötä ihmisille on luontaista luoda uusia rentoutumistapoja. Lomailun tarve ei katoa minnekään, sen ilmenemismuodot vain muuttavat muotoaan. Matkailutapojen muutosten taustalla ovat yleensä muut arkielämän muutokset. Tutkimusaineistossani arkielämää kuvataan kiireiseksi. Kiireisempi elämäntyylillä onkin modernin nykyajan yleinen diskurssi arjesta puhuttaessa (Räikkönen ym., 2018). Arjen kiireistä ei siten ole välttämättä mahdollista ottaa pidempää lomaa ja lähteä kauas, mikä ilmentää uuden motiivin muodostumista lyhempien, arkielämän yhteydessä vietettävien, lomien viettoa kohtaan. Staycation voisikin olla ikään kuin ”kiireisen pikaloma”, joka rentouttaa edes hetkeksi arjen pyöryksestä. On hyvin mahdollista, että staycation aletaan nähdä yhä potentiaalisempänä lomailuvaihtoehtona perinteisen lomailun rinnalla. Tutkimustulokseni ainakin osoittavat tämän positiivisena suhtautumisena staycationiin perinteiseen lomailuun verrattuna.

### **8.3 Tutkimuksen arviointia**

Internet-aineistoa käsittelevässä tutkimuksessa tulee suhtautua aineistoon kriittisesti. Blogijulkaisuissa kaupallisen yhteistyön mahdollisuus on voinut ohjailta tekstien kirjoittamista, esittäen staycationin esimerkiksi positiivisemmalla valolla kuin jos staycationia kuvattaisiin ilman kaupallista yhteistyötä.

Diskurssianalyysin tarkoitus ei ole kuitenkaan etsiä syitä sille, miksi blogikirjoittajat ovat valinneet kirjoittaa tietynlaisen tekstin, vaan keskittyä tekstin tuottamiin kielellisiin merkityksiin. Siten tutkimukseni on tästä näkökulmasta luotettava.

Tutkimusaineistoni oli diskurssianalyysin luonteeseen sopien suppea, sisältäen 14 blogijulkaisua, minkä tarkoituksena oli rakentaa mahdollisimman syvällistä ymmärrystä niistä kielellisistä vivahteista, joita aineisto tarjosi staycationista puhuttaessa. Aineiston pienen aiheuttaa sen, etteivät tutkimustulokset ole laajasti yleistettävissä. Se ei ole usein laadullisen menetelmän tarkoituksaan, vaan tavoitteena on rakentaa ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimustulokset ovat päteviä vain valitsemaani aineistoon kytkeytyen. Kuitenkin se, että aineistosta on ollut mahdollista rakentaa yhteneviä diskursseja ja teemoja, osoittaa kuinka tietyt puhutavat toistuvat bloggaajien teksteissä, rakentaen representaatioita todellisuudesta.

Lisäksi aineistooni valikoituneet blogijulkaisut on julkaistu verrattain lyhyellä aikavälillä: vuosina 2018–2020. Pidemmällä aikavälillä julkaistut aineistotekstit olisivat voineet luoda eri merkityksiä staycationista. Keräämässäni aineistossa koti-staycationin viettäjäät olivat marginaalisessa roolissa, koska oli haastavaa löytää useampia koti-staycationia käsitteleviä blogijulkaisuja, mikä edelleen vahvistaa hotellidiskurssin vallitsevaa asemaa. Siten en pysty tämän aineiston perusteella sanomaan enempää koti-staycationin merkittävydestä staycationin yhtenä viettämisen paikkana. Yksi jatkotutkimusmahdollisuus olisikin keskittyä koti-staycationin teemaan ja sen potentiaaliin lomailutapana Suomessa.

Tutkijan rooli on myös diskurssianalyysissä keskeinen. Staycation ja bloggauskulttuuri olivat minulle tutkijana ilmiöinä verrattain uusia ja tuntemattomia ennen tätä tutkimusta, minkä vuoksi oma esiymmärrykseni staycationista matkailuilmiönä ja bloggauskulttuurista vuorovaikutuksen paikkana perustui blogi- ja uutisartikkeleista hankittuun informaatioon ennen tutkimuksen aloittamista. Kaikki tekemäni aineistoon keräämiseen liittyvät valinnat ja rajaukset sekä analyysiprosessin aikana tehdyt aineiston teemoittelut ja diskurssien jäsentelyt ovat täysin omia subjektiivisia valintojani, jotka voitaisiin myös tehdä toisin, mikä voisi johtaa erilaisiin johtopäätöksiin. Olen kuitenkin pyrkinyt perustelemaan johtopäätöksiini johtaneet diskurssianalyysin vaiheet valintoineen ja tulkintoineen mahdollisimman selkeästi ja kattavasti parantaakseni tutkimukseni reliabiliteettia.

Aiemmassa staycationia koskevassa tutkimuskirjallisuudessa (Alexander ym., 2011; Besson, 2017; de Bloom ym., 2017; Germann Molz, 2009; James ym., 2017; Pawlowska & Matoga, 2016; Räikkönen ym., 2018; Sharma, 2009) on vähäisesti tarkasteltu, kuinka staycation rakentuu matkailuilmionä diskursiivisesti matkailijoiden kielenkäytössä (vrt. Besson, 2017, joka tutki lifestyle-artikkeleja). Tutkimukseni kontribuutio matkailun tutkimuskirjallisuuteen on olla mukana rakentamassa yhä kokonaisvaltaisempaa ymmärrystä staycationista uudenlaisena matkailuilmionä ja sille annetuista merkityksistä ihmisten kielenkäytössä. On tärkeää tehdä staycation-ilmionä tunnetuksi kuluttajien keskuudessa kuluttajien etsiessä vastuullisempia ja helpompia lomailutapoja ulkomaanlomien rinnalle tai korvikkeeksi. Lisäksi hotellit ja kaupungit voivat hyödyntää tutkimustuloksia apuna matkailumarkkinoinnin kehittämisessä paikalliselle kohderyhmälle. Toivottavasti tutkimukseni auttaa matkailuyrittäjiä ymmärtämään paikallisten asukkaiden potentiaalin mahdollisena kohderyhmänä: kaikkia matkailijoita ei ole pakko houkutella omaa kotikaupunkia kauempaa tutustumaan kaupungin nähtävyyksiin ja hotellielämään.

#### **8.4 Jatkotutkimusaihoita**

Koska erityisesti Suomen kontekstissa staycationia on tutkittu vielä hyvin vähän (ks. esim. Besson, 2017; Räikkönen ym., 2018), valinnanvaraa erilaisten tutkimuksellisten näkökulmien ottamiseen olisi runsaasti. Esimerkiksi tilastoja suomalaisten staycation-matkailijoiden määrästä tai ominaisuuksista ei ole lainkaan olemassa, mikä vaikeuttaa staycation-ilmion suosion kasvun tai sen matkailupotentiaalin mittaamista. Yksi jatkotutkimusmahdollisuus olisi siis esimerkiksi kyselytutkimuksella kerätä laajempaa aineistoa suomalaisten kiinnostuksesta staycation-lomailuun. Haastattelututkimuksin tietoa staycationin potentiaalista suomalaisien lomaviettotapana voisi syventää entisestään.

Tutkimuksessani arjen ja lomailun yhteen kietoutuneisuuden merkitys osana staycation-ilmion rakentumista on ollut huomattava. Matkailukirjallisuudessa on olemassa valtavasti kirjallisuutta arjen ja lomailun väliseen dualismiin liittyen (esim. Edensor, 2007; Franklin, 2003; Hall & Holdsworth, 2016; Räikkönen ym., 2018), johon tässä tutkimuksessa oli mahdollista tehdä pelkästään pintaraapaisu. Yksi jatkotutkimusmahdollisuus olisi tutkia pidemmälle tätä arjen ja lomailun välisen vuoropuhelun saamia merkityksenantoja staycationista puhuttaessa.

Kuva-analyysin merkitys väheni tutkimukseni analyysivaiheessa tekstistä rakentuvien merkityksien noustessa oleellisemmaksi osaksi analyysia. Tein tietoisien valinnan päätyessäni painottamaan tekstin tuottamia merkityksiä, tuoden valokuvien roolin lähinnä vain tehtyjen päätelmien tukena mukaan analyysiin. Koska valokuvilla on kuitenkin näkyvä rooli blogijulkaisuissa, yksi jatkotutkimusmahdollisuus olisi jopa samalla aineistolla tutkia erikseen tarkemmalla kuva-analyysillä blogijulkaisujen valokuvien merkitystä ja roolia staycationin representaation rakentumisessa.

Tutkimustulosteni perusteella selvää on ainakin se, että staycationilla on potentiaalia tulevaisuuden kestäväksi, suosituksi ja rentouttavaksi matkailutavaksi. Ehkä juuri bloggaajien kirjoitusten, muun sosiaalisen median tai yritysten markkinoinnin kautta staycation tulisi entistä tunnetummaksi suomalaisten keskuudessa. Toivottavaa on, että suomalainen matkailun tutkimuskirjallisuus tarttuisi yhä laajemmin tähän kiinnostavaan tutkimusaiheeseen auttaen selvittämään ilmiön luonnetta ja merkittävyyttä Suomen kontekstissa.



## KIITOKSET

Haluan kiittää *Matkailua lähelle – uusmaterialistinen näkökulma* –hanketta (Suomen Akatemia, 324493) ohjaustuesta gradun työstämisessä. Ohjaajani Tarja Salmela ja Outi Rantala ovat mukana hankkeen tutkimusryhmässä. Haluan esittää lämpimimmät kiitokseni prosessiohjaajalleni Tarja Salmelalle, joka lähti alusta asti mielettömällä innolla mukaan tähän projektiin. Se valtaisan ammattimainen ja sitoutunut kannustus, tuki ja ohjaus jota häneltä sain tiiviissä yhteistyössämme, oli ehdottoman korvaamatonta tällä matkalla. Suuret kiitokset myös toiselle ohjaajalleni Outi Rantalalle, joka niin ikään tuellaan, kommentoinnillaan ja ohjauksellaan edisti graduani parempaan suuntaan. Heidän ansiostaan sain graduni valmiiksi määräajassa ja voin olla lopputulokseen tyytyväinen.

Kiitän graduseminaarimme ohjaajia Monika Lüthjea ja Soile Veijolaa seminaarin organisoinnista sekä graduani koskevasta ohjauksesta ja kommentoinnista. Kiitos myös graduseminaarin opiskelijaryhmällemme hyödyllisestä ajatustenvaihdosta ja kommenteista.

Kiitän yliopiston tiivistä ystäväporukkaamme (Hanna ja Salla) henkisestä vertaistuesta, yhteisistä epätoivon hetkistä ja kannustuksesta työstäessämme gradujamme eri puolilla Suomea. Kiitos myös perheelleni, kumppanilleni ja ystävilleni yliopiston ulkopuolella mahtavasta tuesta, kannustuksesta ja ymmärryksestä yhteisen aikamme ollessa minimissä sekä gradu-kiireideni että korona-ajan takia.

Tämä gradu valmistui poikkeuksellisenä aikana, koronaviruspandemian sulkiessa ihmiset koteihinsa ympäri maailman. Kaikessa kamaluudessaan korona-ajalla on ollut yksi hyöty: pakollisen kotona olemisen saattoi käyttää hyödyksi gradua työstäen. Nähtäväksi jää, millaisen jäljen korona-aika jättää matkailualaan.

## LÄHTEET

- Ahteensuu, M. (2019). Käytätkö somedataa tutkimuksessasi? Haettu 8.12.2019 osoitteesta <https://www.vastuullinentiede.fi/fi/tutkimusty%C3%B6/kaytatko-somedataa-tutkimuksessasi>
- Akehurst, G. (2008). User generated content: the use of blogs for tourism organisations and tourism consumers. *Service Business*, 3, 51–61. <https://doi.org/10.1007/s11628-008-0054-2>
- Alexander, C.A., Lee, K. & Kim, D. (2011). Determinants of visitor's overnight stay in local food festivals: an exploration of staycation concept and its relation to the origin of visitors. Haettu 14.9.2019 osoitteesta <https://www.semanticscholar.org/paper/Determinants-of-Visitor%E2%80%99s-Overnight-Stay-in-Local-Alexander-Lee/e757e395b11b3c943931d4f8bc5c2fb0b91473ac>
- Bertacchini, E., Nuccio, M. & Durio, A. (2019). Proximity tourism and cultural amenities: evidence from a regional museum card. *Tourism Economics*, 1–18. <https://doi.org/10.1177/1354816619890230>
- Besson, A. (2017). Everyday aesthetics on staycation as a pathway to restoration. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 4(2), 34–52. Haettu 17.9.2019 osoitteesta <http://www.ijhcs.com/index.php/ijhcs/article/view/3085>
- Davison, L. & Ryley, T. (2016). An examination of the role of domestic destinations in satisfying holiday demands. *Journal of Transport Geography*, 51, 77–84. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2015.11.007>
- de Bloom, J., Nawjin, J., Geurts, S., Kinnunen, U. & Korpela, K. (2017). Holiday travel, staycations, and subjective well-being. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 573–588. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1229323>
- Bosangit, C. (2012). Understanding consumption experiences: A discourse analysis of travel blogs. Väitöskirja, University of Nottingham. [http://eprints.nottingham.ac.uk/12763/1/Bosangit\\_thesis\\_2012.pdf](http://eprints.nottingham.ac.uk/12763/1/Bosangit_thesis_2012.pdf)
- Buttle, F.A. (1998). Rules theory: understanding the social construction of consumer behaviour. *Journal of Marketing Management*, 14(1), 63–94. <http://dx.doi.org/10.1362/026725798784959336>

- Chittenden, T. (2010). Digital dressing up: modelling female teen identity in the discursive spaces of the fashion blogosphere. *Journal of Youth Studies*, 13(4), 505–520. <https://doi.org/10.1080/13676260903520902>
- Cohen, E. & Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39, 2177–2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Diaz-Soria, I. (2016): Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. *Tourism Geographies*, 19(1), 96–117. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2016.1214976>
- Edelheim, J. & Ilola, H. (2017). Matkailututkimus, matkailija ja matkailu. Teoksessa (toim. J. Edelheim & H. Ilola) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, 17–25. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Edensor, T. (2007). Mundane mobilities, performances and spaces of tourism. *Social & Cultural Geography*, 8(2), 199–215. <https://doi.org/10.1080/14649360701360089>
- Elo, S. & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Franklin, A. (2003). *Tourism: an introduction*. London: SAGE Publications.
- Franklin, A. & Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1(1), 5–22. <https://doi.org/10.1177/146879760100100101>
- Gergen, K.J. (1999). *An invitation to social construction*. London: SAGE Publications.
- Germann Molz, J. (2009). Representing pace in tourism mobilities: staycations, Slow Travel and The Amazing Race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270–286. <http://dx.doi.org/10.1080/14766820903464242>
- Guiver, J. & McGrath, P. (2016). Slow tourism: Exploring the discourses. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 27, 11–34. doi: 10.18089/DAMeJ.2016.27.1

- Hall, S.M. & Holdsworth, C. (2016). Family Practices, Holiday and the Everyday. *Mobilities*, 11(2), 284–302. <http://dx.doi.org/10.1080/17450101.2014.970374>
- Hookway, N. (2008). ‘Entering the blogosphere’: some strategies for using blogs in social research. *Qualitative Research*, 8(1), 91–113. <https://doi.org/10.1177/1468794107085298>
- Hsu, C. & Lin, J.C (2008). Acceptance of blog usage: the roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & Management*, 45, 65–74. <https://doi.org/10.1016/j.im.2007.11.001>
- Hänninen, R. (2015). “Is this an advertisement or a personal account?” – Commercialisation of lifestyle blogs in Finland. *Ethnologia Fennica*, 42, 54–69. Haettu 8.12.2019 osoitteesta <https://journal.fi/ethnolfenn/article/view/59288>
- ILA-hanke. Intra-living in the anthropocene. Lapin yliopisto. Haettu 8.4.2020 osoitteesta [www.ilarectic.com](http://www.ilarectic.com)
- James, A., Ravichandran, S., Chuang, N-K. & Bolden, E. (2017). Using lifestyle analysis to develop lodging packages for staycation travelers: an exploratory study. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 387–415. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2016.1250240>
- Jeuring, J. & Haartsen, T. (2016). The challenge of proximity: the (un)attractiveness of near-home tourism destinations. *Tourism Geographies*, 19(1), 118–141. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2016.1175024>
- Johnstone, B. (2008). *Discourse analysis*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (1993). *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino
- Karabacak, G. & Genc, M. (2019). The use of blogs as an example of internet entrepreneurship: Turkish travel blogs. *Procedia Computer Science*, 158, 869–876. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.125>
- Karas, J. (2015). Näin Suomen suosittu bloggaajat tienasivat. Haettu 5.5.2020 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-8423986>

- Khanji, I. (2018). Aina ei tarvitse lähteä ulkomaille – viisi helppoa vinkkiä lähiseikkailuihin. Haettu 18.2.2020 osoitteesta <https://www.rantapallo.fi/suomen-matkailu/aina-ei-tarvitse-lahtea-ulkomaille-viisi-helppoa-vinkkia-lahiseikkailuihin/>
- Kent, M.L. & Li, C. (2019). Toward a normative social media theory for public relations. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101857>
- Kozinets, R.V., de Valck, K., Wojnicki, A.C. & Wilner, S.J.S. (2010). Networked narratives: understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, 74(2), 71–89. DOI: 10.1509/jmkg.74.2.71
- Laaksonen, S. (2018). Taitavasti eettistä verkkotutkimusta. Haettu 8.12.2019 osoitteesta <https://www.vastuullinentiede.fi/fi/tutkimusty%C3%B6t/taitavasti-eettist%C3%A4-verkkotutkimusta>
- Larsen, G.R & Guiver, J.W. (2013) Understanding tourists' perceptions of distance: a key to reducing the environmental impacts of tourism mobility. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 968–981. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2013.819878>
- Lehtinen, T. (2020). Suomalaiset hylkäävät kaukolomia koronakriisin takia – kesällä kotimaisia matkakohteita odottavat suuret ruuhkat. Haettu 9.5.2020 osoitteesta <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006457249.html>
- Lin, Y.S & Huang, J.Y. (2006). Internet blogs as a tourism marketing medium: A case study. *Journal of Business Research*, 59, 1201–1205. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.11.005>
- Manifesto (2019). Manifeston Somevaikuttaja 2019 -barometri on julkaistu. Haettu 3.3.2020 osoitteesta <https://manifesto.fi/manifeston-somevaikuttaja-2019-barometri-on-julkaistu/>
- Muldoon, M. & Mair, H. (2016). Blogging slum tourism: a critical discourse analysis of travel blogs. *Tourism Analysis*, 21, 465–479. <http://dx.doi.org/10.3727/108354216X14653218477525>

- Nardi, B.A., Schiano, D.J., Gumbrecht, M. & Swartz, L. (2004). Why we blog. *Communications of the ACM*, 47(12). Haettu 27.2.2020 osoitteesta [https://artifex.org/~bonnie/pdf/Nardi\\_why\\_we\\_blog.pdf](https://artifex.org/~bonnie/pdf/Nardi_why_we_blog.pdf)
- Noppiari, E. & Hautakangas, M. (2012). *Kovaa työtä olla minä – Muotibloggaajat mediemarkkinoilla*. Tampere University Press. Haettu 5.5.2020 osoitteesta <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/65378>
- Pawlowska, A. & Matoga, L. (2016). Staycation as a way of spending free time by city dwellers: examples of tourism products created by Local Action Groups in Lesser Poland Voivodeship in response to a new trend in tourism. *World Scientific News*, 51, 4–12. Haettu 10.11.2019 osoitteesta [https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/29259/pawlowska-legwand\\_matoga\\_spending\\_free\\_time\\_by\\_city\\_dwellers\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/29259/pawlowska-legwand_matoga_spending_free_time_by_city_dwellers_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pecsek, B. (2018). Working on holiday: the theory and practice of workcation. *Balkans JETSS*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.31410/Balkans.JETSS.2018.1.1.1-13>
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Potter, J. (1996). *Representing reality. Discourse, rhetoric and social construction*. London: SAGE Publications.
- Pynnönen, A. (2013). Diskurssianalyysi: tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen. Working Paper, N:o 379. Jyväskylän yliopiston kaupakorkeakoulu.
- Rose, G. (2012). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. London: SAGE Publications.
- Räikkönen, J., Marjanen, H., Kohijoki, A. & Lahovuori, I. (2018). Matkailuelämyksiä ilman matkaa? Fokusryhmätutkimus matkailutyypisistä kulutuksesta osana kuluttajan arkea. *Matkailututkimus*, 14(2), 24–43. Haettu 6.9.2019 osoitteesta <https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/77387>
- Sharma, S. (2009). The great American staycation and the risk of stillness. *M/C Journal*, 12(1). Haettu 18.9.2019 osoitteesta: [journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/rt/prinFRIENDLY/122/0](http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/rt/prinFRIENDLY/122/0)

- Schmallegger, D. & Carson, D. (2007). Blogs in tourism: changing approaches to information exchange. *Journal of Vacation Marketing*, 14(2), 99–110. <https://doi.org/10.1177/1356766707087519>
- Schmidt, J. (2007). Blogging practices: an analytical framework. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1409–1427. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00379.x>
- Sinanan, J., Graham, C. & Jie, K.Z. (2014) Crafted assemblage: young women’s ‘lifestyle’ blogs, consumerism and citizenship in Singapore. *Visual Studies*, (29)2, 201–213. <http://dx.doi.org/10.1080/1472586X.2014.887273>
- Small, J. & Harris, C. (2012). Obesity and tourism: rights and responsibilities. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 686–707. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.002>
- Sokos Hotels, (2020). Staycation Sokos Hotellissa. Haettu 18.2.2020 osoitteesta <https://www.sokoshotels.fi/fi/staycation>
- Stainton, H. & Iordanova, E. (2017). An ethical perspective for researchers using travel blog analysis as a method of data collection. *Methodological Innovations*, 10(3), 1–7. <https://doi.org/10.1177/2059799117748136>
- Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys (Suoma ry) (2019). 100 syytä matkailla Suomessa -kampanja inspiroi jo kolmatta kesää – kyselytutkimuksen mukaan nuoret katsovat kotimaanmatkailua uusin silmin. Haettu 9.5.2020 osoitteesta <http://www.suoma.fi/news/100syyta-matkailla-Suomessa-kampanja-on-taas-kaynnistynyt-ja-jatkuu-syyskuun-loppuun-saakka/zkkuizdg/af3dcfa9-234e-4787-bf99-ccba56bc7878>
- Tilastokeskus (2019). Suomen virallinen tilasto (SVT): Suomalaisten matkailu. Haettu 8.12.2019 osoitteesta: [https://www.stat.fi/til/smat/2018/smat\\_2018\\_2019-03-28\\_kat\\_002\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/smat/2018/smat_2018_2019-03-28_kat_002_fi.html)
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi

- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja, 3/2019. Haettu 10.5.2020 osoitteesta [https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden\\_eettisen\\_ennakoarvioinnin\\_ohje\\_2019.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf)
- Urpelainen, A. (2018). Matkailu kasvaa, mutta nyt houkuttaa myös lähiloma eli staycation: ”Tietyt ryhmät yrittävät jo tällä hetkellä välttää lentämistä”. *Talouselämä*. Haettu 23.9.2019 osoitteesta: <https://www.talouselama.fi/uutiset/matkailu-kasvaa-mutta-nyt-houkuttaa-myos-lahiloma-eli-staycation-tietyt-ryhmat-yrittavat-jo-talla-hetkella-valttaa-lentamista/25fc6a7d-fb26-3667-83a0-60609a5aeb6d>
- Vackova, A. (2009). Future of tourism. Teoksessa *1<sup>st</sup> International PhD Students Conference – New Economic Challenges* (toim. Petr Cervinek), 481–487. Masarykova Univerzita. Haettu 27.2.2020 osoitteesta [https://is.muni.cz/do/1456/sborniky/2009/New\\_Economic\\_Challenges.pdf](https://is.muni.cz/do/1456/sborniky/2009/New_Economic_Challenges.pdf)
- Yannopoulos, P. & Rotenberg, R. (2000). Benefit segmentation of the near-home tourism market: the case of upper New York state. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(2), 41–55. [https://doi.org/10.1300/J073v08n02\\_04](https://doi.org/10.1300/J073v08n02_04)