

Eveliina Harju

**Toiveena kristallipallo – Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskursseissa**

Pro gradu -tutkielma

Matkailututkimus

2023

## Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Työn nimi: Toiveena kristallipallo – Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskursseissa

Tekijä: Eveliina Harju

Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus

Työn laji: Pro gradu -työ

Sivumäärä: 81 + 1 liite

Vuosi: 2023

### Tiivistelmä:

Erilaisten tulevaisuuksien hahmottaminen on matkailulle hyödyllistä, koska muutos ja epävarmuus ovat osa alan päivittäistä toimintaa. Tulevaisuudessa muun muassa ilmastonmuutos on matkailulle haaste, teknologian kehittyminen puolestaan luo uusia mahdollisuuksia. Matkailun tulevaisuutta koskevassa *aiemmassa tutkimuksessa* on todettu, että medialla on paljon valtaa, joten matkailun tulevaisuutta koskevien diskurssien tunnistaminen media-aineistosta on hyödyksi esimerkiksi matkailun suunnittelussa. Median merkitystä matkailulle on tutkittu paljon, samoin matkailun tulevaisuutta, mutta median, matkailun ja tulevaisuuden yhdistäviä tutkimuksia on julkaistu hyvin vähän. Tutkimukseni *yleinen tavoite* on lisätä ymmärrystä mediatekstien rakentamasta matkailun tulevaisuudesta.

Tutkielman *teoreettinen viitekehys* on Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin (2018) tulevaisuustietoisuuden malli, jonka viisi ulottuvuutta ovat aikakäsitys, toimijuus, avoimuus vaihtoehdoille, systeemisyyden ja vastuullisuus. *Tutkimuskohteeni* on tulevaisuustietoisuuden ilmeneminen matkailun tulevaisuutta koskevissa mediateksteissä. Tutkielmani kiinnittyy sosiaalisen konstruktionismin paradigmaan. Pohdin tutkimuksessani, miten tulevaisuustietoisuus rakentuu matkailun tulevaisuutta koskevissa mediateksteissä.

Tutkielmani *aineisto* koostuu 29 suomenkielisestä media-artikkelista, jotka käsittelevät matkailun tulevaisuutta. Artikkelit on julkaistu vuosina 2017–2023 Ylen, Helsingin Sanomien, Iltalehden ja Ilta-Sanomien verkkosivuilla. *Analyysimenetelmäni* on diskurssianalyysi.

Analyysini pohjalta aineistosta rakentui kolme diskurssia: *matkailun valoisa tulevaisuus*, *muuttunut matkailu* ja *epävaka matkailu*. Jokaisessa diskurssissa useimmiten ääneen pääsevät futuristit ja johtotason toimijat. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa korostuvat kasvun ja korona-ajasta toipumisen tärkeys. Muuttuneen matkailun diskurssissa esitetään, ettei matkailu voi jatkua tulevaisuudessa muuttumattomana ilmastonmuutoksen ja teknologian kehityksen paineessa. Epävakaan matkailun diskurssissa matkailun tulevaisuutta värittävät epävarmuustekijät, kuten globaalit maailmanpoliittiset muutokset ja kompleksinen toimintaympäristö.

Tulevaisuustietoisuuden mallin aikakäsityksen ulottuvuus näkyy diskursseissa erityisesti korona-ajan merkityksellistämisenä. Toimijuutta esitetään puhuttaessa innovaatioista ja maailmanlaajuisista muutoksista. Avoimuus vaihtoehdoille näkyy pyrkimyksenä uusien toimintatapojen käyttöönottoon. Systeemisyyden ulottuvuutta diskursseissa tuodaan esiin puheessa viranomaistoiminnasta korona-aikana sekä ilmastonmuutoksen vaikutuksista matkailuun. Vastuullisuuden ulottuvuutta diskursseissa edustaa tasapainoilu kestävyuden ja kasvun välillä. Tulokseni vahvistavat tieteellisen keskustelun näkemystä matkailun moninaisista tulevaisuuksista. Tutkielmani on katsaus matkailun tulevaisuutta koskevaan uutisointiin, ja tuloksiani voidaan hyödyntää matkailun ennakoinnissa ja kehittämisessä.

Avainsanat: tulevaisuuskientutkimus, diskurssianalyysi, media, tulevaisuustietoisuus, matkailu

# Sisällysluettelo

1. JOHDANTO .....	5
1.1 MATKAILUN TULEVAISUUS MEDIASSA .....	5
1.2 TULEVAISUUKSIENTUTKIMUS.....	9
1.3 MATKAILUN TULEVAISUUS TUTKIMUSKOHTENA .....	10
1.4 TULEVAISUUSTIETOISUUDEN VIIDEN ULOTTUVUUDEN MALLI TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ .....	12
1.5 AINEISTOT JA MENETELMÄT .....	14
1.6 TUTKIELMAN KULKU .....	15
2. AIEMPI MATKAILUN TULEVAISUUKSIEN TUTKIMUS .....	16
2.1 MATKAILUN TULEVAISUUKSIEN TUTKIMUS MEDIA-AINEISTOJA HYÖDYNTÄEN .....	16
2.2 MATKAILUN TULEVAISUUKSIEN TUTKIMUS .....	20
3. TULEVAISUUSTIETOISUUS TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ .....	23
3.1 TULEVAISUUSTIETOISUUDEN KÄSITE .....	23
3.2 TULEVAISUUSTIETOISUUDEN VIIDEN ULOTTUVUUDEN TEORIA .....	25
3.3 TULEVAISUUSTIETOISUUDEN RINNAKKAISET KÄSITTEET .....	30
4. AINEISTOT JA MENETELMÄT .....	33
4.1 TULEVAISUUKSIENTUTKIMUKSEN EPISTEMOLOGIA.....	33
4.2 DISKURSSIANALYYSIN TIETEENFILOSOFISET LÄHTÖKOHDAT.....	35
4.3 MEDIATEKSTIEN DISKURSSIANALYYSI .....	37
4.4 AINEISTON KERUU JA ANALYYSIN VAIHEET .....	38
4.5 TUTKIMUSETIIKKA JA TUTKIJAN POSITIO .....	41
5. MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSIT MEDIA-AINEISTOSSA.....	44
5.1 MATKAILUN TULEVAISUUS MEDIA-AINEISTOSSA .....	44
5.2 MATKAILUN VALOISAN TULEVAISUUDEN DISKURSSI.....	46
5.3 MUUTTUNEEN MATKAILUN DISKURSSI .....	51
5.4 EPÄVAKAAN MATKAILUN DISKURSSI .....	55
6. TULEVAISUUSTIETOISUUS MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSEISSA .....	59
6.1 MILLAINEN AIKAKÄSITYS MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSEISTA VÄLITTYY?.....	59
6.2 MILLAISTA TOIMIJUUTTA MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSEISSA ESIINTYY?.....	61
6.3 MITEN AVOIMUUS VAIHTOEHDOLLE NÄKY Y MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSEISSA? .....	63
6.4 MILLAISTA SYSTEEMISYYTTÄ MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSEISSA ESIINTYY?.....	64
6.5 MITEN VASTUULLISUUS NÄKY Y MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSEISSA? .....	66
7. YHTEENVETO .....	68
KIITOKSET .....	74

LÄHTEET.....	75
LIITE.....	82

### **Kuvioluettelo**

Kuvio 1. Aineistosta rakentuvat diskurssit .....	45
Kuvio 2. Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskursseissa.....	69

### **Taulukkoluetelo**

Taulukko 1. Kerätty aineisto .....	39
Taulukko 2. Aineiston mediatekstien aiheet ja puhujat .....	40

# 1. JOHDANTO

Matkailusta kirjoitetaan mediassa paljon, ja koronapandemian aikana huomioni kiinnittyi matkailua koskevaan uutisointiin ja muuhun mediasisältöön. Erityisesti kiinnostuin eri tavoista, joilla matkailun tulevaisuudesta kirjoitetaan ja keskustellaan mediassa. Medialla on paljon vaikutusvaltaa esimerkiksi yleiseen mielipiteeseen, joten matkailun tulevaisuudennäkymien tunnistaminen media-aineistoista on sekä kiinnostava että matkailun suunnittelua ja kehittämistä hyödyttävä näkökulma.

## 1.1 Matkailun tulevaisuus mediassa

Matkailualan tulevaisuusajattelua on herätellyt COVID-19 -pandemia, joka pysäytti matkailun, mutta sai myös aikaan uusien toimintatapojen kehittämistä ja lisäsi ymmärrystä matkailun roolista yhteisöissä (Butler, 2020; Wright, 2021; Yildiz ym., 2022). Suomessa koronapandemia vaikutti matkailuun voimakkaimmin vuoden 2020 alusta vuoden 2022 alkuun. Koronapandemian lisäksi myös Venäjän hyökkäys Ukrainaan helmikuussa 2022 on vaikuttanut merkittävästi matkailun kehitykseen ja kysyntään (esim. TEM, 2022b, s. 16). Pitkien sulkutilojen jälkeen matkailu on kasvanut jopa räjähdysmäisesti (UNWTO, 2023) ikään kuin jatkaen samasta tilanteesta, johon ala ennen pandemiaa jäi. Matkailun kysynnän odotetaan kasvavan voimakkaasti myös tulevina vuosina (TEM, 2021), vaikka ulkoiset, maailmanlaajuiset muutokset kuten sodat, pandemiat, luonnonkatastrofit ja talouskriisit voivat myös tulevaisuudessa horjuttaa matkailualan muotoa ja toimintaa (Christou, 2022). Työ- ja elinkeinoministeriö TEM:n julkaisemassa Suomen matkailustrategiassa tulevaisuuden Suomesta visioidaan kestävästi kasvavaa matkailukohdetta, minkä mahdollistaa kestävä kehitys mukainen toiminta, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen sekä kilpailukykyä tukeva toimintaympäristö. Tämän mahdollistaa tiivis yhteistyö eri toimijoiden välillä. (TEM, 2022b.)

Tulevaisuuteen liitetään useita käsitteitä, kuten *tulevaisuuden ennakointi*, *megatrendit*, *trendit* ja *heikot signaalit* (Hiltunen, 2012, s. 75). Jotta megatrendejä, trendejä ja heikkoja signaaleja voidaan havaita, ympäristössä olevaa informaatiota tulee kerätä ja analysoida. Tätä toimintaa kutsutaan ympäristön luotaamiseksi. (Hiltunen, 2012, s. 177.) *Ennakoinnilla* tarkoitetaan toimintaympäristön havainnointia ja ”uusien tuulien aistimista”, ja sitä toteutetaan tulevaisuuskenttätutkimuksen menetelmillä (Kaksonen, Ojuva & Ouallen, 2012, s. 94; Kyyrä, 2017, s. 198). Ennakointi on

mahdollisuuksien etsimistä jo ennen kuin toiminnan muuttaminen on välttämätöntä (Wilenius, 2005, s. 67). Ennakointia toteutetaan hyödyntämällä mennyttä, nykyisyyttä ja tulevaa koskevaa tietoa toiminnassa, vaikka tieto olisikin epätäydellistä ja keskeneräistä (Kaksonen, Ojuva & Ouallen, 2012, s. 8; Wilenius, 2005, s. 71). Ennakkoinniksi kutsutaan myös suunnittelutoimintaa, kuten tulevaisuuden kuvaamista, analysointijärjestelmien luomista, tulevaisuutta koskevan tiedon tuottamista ja käsittelyä sekä analysointia ja raportointia (Rubin, 2002, s. 890–891). Matkailuyrityksissä tulevaisuuden ennakointi on useimmiten osa strategista kehittämistä, vaikka ennakointia tapahtuu myös arjen toimissa. Arjessa toteutettavaa ennakointia voidaan kutsua myös ennakointiosaamiseksi. (Kyyrä, 2017, s. 199.)

Tulevaisuuden matkailua määrittävät voimakkaasti vallitsevat *megatrendit*. Megatrendit ovat pitkäkestoisia, maantieteellisesti laajalle levinneitä ja useisiin eri elämäntilanteisiin vaikuttavia muutoksia (Hiltunen, 2012, 2019), joiden vaikutukset ovat selkeästi nähtävissä myös matkailualalla. Megatrendeilla on selkeä historia ja kehityssuunta (Rubin, 2002, s. 895). Keskeisimpiä megatrendejä ovat esimerkiksi ilmastonmuutos, ympäristön saastuminen, resurssien riittävyyden haasteet, väestön ikääntyminen sekä kuluttajien varakkuudessa tapahtuvat muutokset (Hiltunen, 2019; TEM, 2022b, s. 16; Yeoman, Tan, Yu, Mars & Wouters, 2012), ja näistä jokainen vaikuttaa usein eri tavoin matkailualan päivittäiseen toimintaan nyt ja tulevaisuudessa.

*Trendi* on seuraus useista erilaisista syistä, ja koostuu useammista tapahtumista, jotka osoittavat trendin ”suunnan”. Trendi kertoo muutoksen suunnasta, joka on nähtävissä tällä hetkellä ja joka voi jatkua samanlaisena tulevaisuudessakin. (Hiltunen, 2012, s. 93–95.) Trendit ovat nykyhetken piirteitä, joiden uskotaan voivan jatkua jollakin tavalla (Kamppinen, Malaska & Kuusi, 2002, s. 33). Trendi voidaan määritellä myös varmaksi tai ennustettavissa olevaksi tapahtumasarjaksi (Celente & Milton, 1991, Hiltunen, 2012, s. 94 mukaan).

*Heikolla signaalilla* tarkoitetaan havaittavaa merkkiä muutoksesta, joka voi tulevaisuudessa kasvaa suuremmaksi. Koska heikot signaalit ovat uusia, kysymyksiä herättäviä asioita, niiden nimeäminen voi saada aikaan jopa täysin torjuvia reaktioita. (Hiltunen, 2012, s. 108–113.) Heikot signaalit ovat ensimmäisiä ilmauksia tulevasta laajemmista muutoksista, vaikka niiden ilmetessä tai tapahtuessa niitä ei välttämättä voida tärkeiksi ja laajoiksi tunnistaa (Rubin, 2002, s. 892). Heikkoja signaaleja yllättävämpiä ovat *villit kortit*, jotka ovat nopeita, laajavaikutteisia ja odottamattomia. Villit kortit voivat käytännössä olla esimerkiksi luonnonkatastrofeja. (Hiltunen, 2012, s. 138–139.)

Matkailualan trendejä on lueteltu esimerkiksi Hiltusen (2019) matkailun tulevaisuutta hahmottelevassa raportissa. Pandemian aiheuttaman pysähdyksen vuoksi näen raportissa esitellyt matkailutrendit edelleen ajankohtaisina. Kestävä matkailu, puhdas luonto, maata pitkin matkustaminen, lähimatkailu ja esteettömyys ovat merkittäviä trendejä, jotka todennäköisesti vaikuttavat siihen, miten matkailua kehitetään ja miltä ala tulevaisuudessa näyttää. (Hiltunen, 2019, s. 37–39.) Keskeisiä matkailutrendejä ovat myös muun muassa autenttisuus, kaikkialla läsnä oleva digitaalisuus ja yksilölliset elämykset sekä hyvinvoinnista huolehtiminen. Esimerkiksi digitaalinen näkyvyys on matkailualalla tärkeää, koska markkinat ovat maailmanlaajuiset, ja kattavalla näkyvyydellä voidaan saavuttaa myös muuttuvat kohderyhmät. Vaurauden lisääntyessä luksusmatkailun kysyntä kasvaa, vaikka ylellisyydellä tarkoitetaan usein myös aineettomia, aitoja ja asiakkaalle räätälöityjä kokemuksia. Matkailijat ovat yhä tiedostavampia ja vastuullisempia, ja samanaikaisesti digitalisaatio tarjoaa yhä enemmän mahdollisuuksia niin automatisoinnin, räätälöinnin kuin saavutettavuudenkin suhteen. (TEM, 2022b, s. 16–19.)

Tulevaisuuteen valmistautumista hidastaa usein halu jatkaa tällä hetkellä vallitsevia trendejä myös tulevaisuudessa. Tämän mahdollistaisi jatkuva talouskasvu. Tällainen ajattelutapa on kapea eikä huomioi niitä nopeita muutoksia, jotka voivat johtaa täysin uudenlaiseen maailmantilaan lyhyessäkin ajassa. (Becken, 2013, s. 80.) Matkailun voidaan kuitenkin ajatella jatkuvan jossakin muodossa niin kauan kuin ihmisiä on olemassa (esim. Hall, 2013, s. 116), joten tulevaisuuden pohtiminen ja ennakointi ovat tarpeen. Matkailun tulee muuttua, jotta se voisi vastata muutokseen, joita vähenevät fossiiliset energiamuodot ja niiden hintojen nousu saavat aikaan. Ratkaisu voi olla esimerkiksi paikallisempi, taloudellisempi ja yksinkertaisempi matkailu, joka soveltuu tulevaisuudessa yhä suuremmalle määrälle matkailijoita. Käytännössä esimerkiksi maata pitkin matkustaminen, turvallisuudesta huolehtiminen ja vieraanvaraisuus nähdään tulevaisuuden matkailun kulmakiviksi. Tulevaisuuden matkailua määrittävät myös teknologian kehitys, vastuullisuus- ja kestävyysajattelu sekä ympäri maailmaa vanheneva väestö. (Leigh & Webster, 2013, s. 192, 198–199.)

Yksilöllisyys korostuu tulevaisuudessa matkailukokemuksissa yhä enemmän. Tulevaisuuden matkailija haluaa parempia kokemuksia, nopeaa palvelua, monia vaihtoehtoja, ja sosiaalista vastuullisuutta, ja haluaa olla täysin tyytyväinen kokemukseensa. Myös kestävyys on tulevaisuuden matkailijalle yhä tärkeämpää. Tulevaisuudessa, väestön ollessa yhä iäkkäämpää maailmanlaajuisesti, kiinnostus terveysturmatkailuun lisääntyy esimerkiksi terveellisen ruoan, liikuntamatkailun sekä lääketieteellisen matkailun kysynnän kasvun muodossa. Syrjäisemmille

alueille suuntautuva luontomatkailu voi lisäksi kasvattaa suosiotaan tulevaisuudessa. (Christou, 2022; Yeoman ym., 2012, s. 10–11, 43.)

Tulevaisuuden matkailun kehitystä ohjaavat ilmastonmuutos ja vähenevät fossiiliset polttoaineet, koska matkailu riippuu voimakkaasti liikenteestä ja kohteiden saavutettavuudesta. Resurssien vähäisyys johtaa hintojen nousuun ja saada kysynnän laskemaan, mutta teknologian kehitys ja innovaatiot voivat saada aikaan uusia liikkumisen muotoja. Liikkuminen kohteeseen voisi myös olla vetovoimatekijä itsessään. Tulevaisuudessa kestävyuden merkitys yksilöiden elämässä lisääntyy, ja omaa oikeutta matkailla pohditaan yhä enemmän. (Mackenzie Wright, 2023, s. 121–123; Yeoman ym., 2012, s. 212–229.)

Matkailun kestävyyttä uhkaavat monet asiat, kuten liikamatkailu, matkailukohteiden ylikuormittuminen sekä matkailun negatiiviset vaikutukset paikallisyhteisöihin. Jos matkailu palaa tilanteeseen, jossa se oli ennen koronapandemiaa, vastuullisuuden ongelmat jatkuvat. Tarvitaan kansainvälisiä toimia rajoittamaan matkailua, mutta myös kannustimia vastuullisten toimintamallien käyttöönottoon. (Värzaru, Bocean & Cazacu, 2021, s. 2, 15–16.) Toivoa matkailun jatkumisesta antavat esimerkiksi teknologiset edistysaskeleet, jotka voivat muuttaa tapaamme liikkua paikasta toiseen. Kyselytutkimuksessa, jossa selvitettiin yhdysvaltalaisten näkemyksiä ilmastonmuutoksen riskeistä, teknologian kehityksen koettiin tuovan toivoa paremmasta tulevaisuudesta, vaikka vastaajat olivatkin huolissaan ilmastonmuutoksesta (Fletcher, Higham & Longnecker, 2021). Tulevaisuuden mukanaan tuomiin muutoksiin matkailuala voi varautua ja vastata esimerkiksi tuomalla tulevaisuuden ennakkoinnin osaksi toimintaansa.

Ennakointitoiminnalla pyritään tuottamaan uusia näkökulmia ilmiöihin tarkastelemalla ja yhdistelemällä asioita epätavanomaisella tavalla, esimerkiksi tuomalla yrityksen koko toimintaympäristön mukaan kehittämisen lähtökohdaksi (Haanpää, García-Rosell & Kyyrä, 2013, s. 106). Ennakointi voidaan sisällyttää osaksi arkea, ja luoda omaa tulevaisuutta aktiivisesti avoimessa yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Tulevaisuuden ennakointi tarjoaa erilaisia mahdollisuuksia matkailualan kehittämiseen ja helpottaa tulevaisuuden eri vaihtoehtojen hahmottamista. (Kaksonen, Ojuva & Ouallen, 2012, s. 7.) Tulevaisuuden ennakointi vaatii yhteistyötä ja soveltuu osaksi matkailun kehittämistä, koska matkailualalla kompleksisuus ja epävarmuus ovat kiinteä osa toimintaa, ja ennakkoinnin avulla epävarmuuden hallinta, mukautuminen ja uusien mahdollisuuksien tunnistaminen helpottuvat (esim. Borodako, 2014; Fernández-Güell & Collado, 2014; Varum ym., 2011).



Nykyisessä kompleksisessa ja globaalissa maailmassa on yhä tärkeämpää ymmärtää, miten ihmiset hahmottavat tulevaisuutta (Lalot ym., 2020, s. 874). Tulevaisuustietoisuuden avulla voimme hahmottaa toimiemme kauaskantoisia seurauksia ja kuvitella erilaisia vaihtoehtoja, ja siten hyödyntää tulevaisuutta ja keksiä luovia ratkaisuja edessämme oleviin haasteisiin (Ahvenharju & Pouri-Mikkola, 2022, s. 397). Medialla on voimaa vaikuttaa lukijoihin ja esimerkiksi matkailijoiden päätöksentekoprosesseihin (Kapuściński & Richards, 2022), ja media ohjaa julkista keskustelua ja päätöksentekoa nyt ja tulevaisuudessa (Perse & Lambe, 2016; Schweinsberg, Darcy & Cheng, 2017). Media muokkaa asenteita ja tunnereaktioita, ja joukkotiedotusvälineet ovat usein sekä viihdettä että merkittävä uutislähde (Perse & Lambe, 2016). Siten myös media osallistuu tulevaisuuden muokkaamiseen halutun kaltaiseksi.

Matkailu on vuorovaikutteinen osa yhteiskuntaa, ja siihen vaikuttavat oleellisesti toimintaympäristön taloudelliset, poliittiset, yhteiskunnalliset, teknologiset ja ympäristölliset tekijät tänään ja tulevaisuudessa (TEM, 2022b, s. 16). Koska media muovaa yleisiä mielipiteitä, muokkaa se myös matkailun yhteiskunnallista asemaa sekä sen kehitysmahdollisuuksia tulevaisuudessa. Siksi koen tärkeäksi tarkastella, miten matkailun tulevaisuus merkityksellistyy median teksteissä.

## 1.2 Tulevaisuuskientutkimus

Tulevaisuuskientutkimus, josta voidaan käyttää myös nimitystä tulevaisuudentutkimus, tunnistaa tulevaisuuden lukemattomat mahdollisuudet ja vaihtoehdot (Bell, 1997, s. 1), ja näiden monien tulevaisuuksien olemassaolon vuoksi tieteenala käyttää monikollista nimitystä (Kuusi & Virmajoki, 2022, s. 22; Yeoman ym., 2012, s. 4). Tulevaisuuskientutkimus on erilaisten lähestymistapojen, tavoitteiden ja metodien mosaiikki, jonka eri osat kehittyvät keskenään eri tahtiin (Kuosa, 2011, s. 327). Tulevaisuuden luotaaminen on useimmille päivittäinen rutiini, jonka systemaattisia piirteitä tulevaisuuskientutkimus tarkastelee (Kamppinen, Malaska & Kuusi, 2002, s. 22). Matkailun tulevaisuuksien ja ennakkoinnin tutkimus ovat kehittyviä ja nousevia tutkimuslinjoja. Vaikka matkailuala on kasvava ja kehittyvä ala myös Suomessa, toistaiseksi tulevaisuuskientutkijat eivät ole osoittaneet suurta kiinnostusta matkailuilmiön tulevaisuutta kohtaan. (Hiltunen, 2019; Kyyrä, 2017, s. 202.) Myös tulevaisuustietoisuus on vähän tutkittu ja määritelty käsite (esim. Ahvenharju, 2022).

Tulevaisuuksientutkimus tarkastelee ja rakentaa kuvia mahdollisista, todennäköisistä ja toivottavista tulevaisuuksista sekä hahmottelee polkuja kohti näitä tulevaisuuksia (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 1). Näkökulma riippuu toimijasta, jonka kannalta tulevaisuutta tarkastellaan. Toimija voi olla esimerkiksi yksilö, yritys, yhteisö, elävä luonto tai kokonainen valtio. (Kaksonen, Ojuva & Ouallen, 2012, s. 9.) Tulevaisuusajattelussa on aina mukana epävarmuuden elementti, vaikka voimmekin valmistautua tulevaisuuteen erilaisin tavoin (Bell, 1997, s. 1–2). Koska tulevaisuudesta ei voida sanoa mitään varmaa, tulevaisuuksientutkimuksen tuloksina esitellään usein useita mahdollisia tulevaisuusskenaarioita. Vaikka tulevaisuuksientutkimus ei voisikaan tarjota tarkkoja ennusteita, joita voidaan sellaisinaan soveltaa päätöksenteossa, se voi helpottaa erilaisiin tulevaisuuden mahdollisuuksiin varautumisessa ja haastaa tulevaisuutta koskevia oletuksia. (Kuusi & Virmajoki, 2022, s. 26.)

Tulevaisuuksientutkimuksen perimmäinen tavoite on ihmisten ja muiden elävien olentojen vapauden ja hyvinvoinnin säilyttäminen ja parantaminen. Tulevaisuuksientutkijat tarkastelevat vaihtoehtoisia, mahdollisia, todennäköisiä ja toivottavia tulevaisuuksia. Näitä erilaisia tulevaisuuksia voidaan löytää, keksiä, tutkia ja arvioida. (Bell, 1997, s. 73.)

Tulevaisuuksientutkimus ja tulevaisuusorientoitunut ajattelu eivät ole tulevaisuuksientutkimuksen ”omia”, mikä johtaa sirpaloitumiseen. Lähes kaikilla tieteenaloilla ja yhteiskunnan aloilla ollaan jollakin tavalla kiinnostuneita tulevaisuudesta, ja siitä tuotetaan tietoa erilaisin tavoin. (Kuosa, 2011, s. 332.)

Ennakointi on yksi tulevaisuuksientutkimuksen keskeisistä osista (esim. Rubin, 2002, s. 890–891), mutta ennakointia voidaan käyttää myös tulevaisuuksientutkimuksen synonyymina. Tulevaisuuksientutkimuksessa ennakointi nähdään systemaattisena, kokeilevana ja kokonaisvaltaisena tulevaisuusorientoituneena työskentelynä, jonka tavoitteena on tukea strategista päätöksentekoa ja toimintaa. (Kyyrä, 2017, s. 198; Rubin, 2002, s. 890.)

### 1.3 Matkailun tulevaisuus tutkimuskohteena

Tulevaisuus sisältyy ajatteluamme, tavoitteisiimme ja toimiimme jo nykyhetkessä (Kuosa, 2011, s. 335). Tulevaisuuksientutkimus voi keskittyä luomaan kiinnostavia tulevaisuuskuvia, visioita ja skenaarioita, tai toisaalta pyrkiä tukemaan suunnittelua ja kehittämistä. Tulevaisuuksientutkimuksen tavoitteena voi olla myös suurten, globaalien koko ihmiskuntaa koskevien kysymysten

ratkaiseminen. (Kuosa, 2011, s. 328.) Vaikka ennusteet ja ennakointi ovat tärkeitä tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen osia, tulevaisuudesta voidaan hyvin harvoin sanoa mitään ehdotonta ja takuuvarmaa. Tämän sijasta tuloksena on usein ehdollisia, mahdollisia, epävarmoja ja korjattavissa olevia tulevaisuuskuvia. (Bell, 1997, s. 112.)

Matkailun tulevaisuutta ja tulevaisuuden ennakointia on tarkasteltu tutkimuksissa aiemminkin, esimerkiksi tilastollista analyysia ja sisällönanalyysia hyödyntäen. Mediaa ja matkailun tulevaisuutta yhdistäviä tutkimuksia on julkaistu hyvin vähän. Tulevaisuuden ennakkoinnin toteutuminen edellyttää yhteistyötä, ja sen potentiaali tunnistetaan myös matkailualalla, vaikka hyödyntäminen on toistaiseksi ollut vähäistä. Ennakointi on tärkeä keino hallita epävarmuutta, ja se lisää mahdollisuuksia mukautua nopeasti ja luovasti muutokseen (Varum, Melo, Alvarenga & de Carvalho, 2011, s. 19).

Matkailualan päivittäistä toimintaa ohjaavaa ennustamista on tutkittu esimerkiksi kirjallisuuskatsauksen muodossa (Li & Jiao, 2020). Ennakkoinnin potentiaali tunnistetaan kirjallisuudessa, mutta käytännössä sen työkalujen käyttö esimerkiksi matkailualalla on vähäistä, vaikka tutkimuksen mukaan paikalliset tukevat matkailun tulevaa kehitystä todennäköisemmin, jos matkailun määrä alueella pysyy paikallisten yhteisöjen näkökulmasta sopivana ja vaikuttaa yhteisöön positiivisesti (Woo, Kim & Kim, 2022, s. 75). Median ohjaava rooli tunnistetaan, ja sen merkitystä matkailulle on tutkittu paljon.

COVID-19 -pandemia vaikutti matkailuun perustavanlaatuisesti, ja sen vaikutukset ovat esillä useissa tieteellisissä artikkeleissa. Koska matkailu pysähtyi käytännössä täysin, pandemia pakotti matkailualan toimijat etsimään uusia toimintatapoja (ks. Wright, 2021). Samalla voimistui myös tarve katsoa tulevaisuuteen ja valmistautua toimintaympäristön muutokseen. Butlerin (2020, s. 668) mukaan pandemia lisäsi tietoisuutta matkailun positiivisista vaikutuksista monilla alueilla, ja tätä positiivista kuvaa ei tulisi rikkoa toistamalla menneitä virheitä. Matkailun virheiksi mainitaan esimerkiksi suunnittelematon ja kontrolloimaton laajentuminen, paikallisten huomiotta jättäminen sekä rajattoman kasvun ajattelumalli. (Butler, 2020, s. 668.)

Matkailua voidaan tutkia media-aineistojen avulla hyvin monin eri tavoin. Lapin yliopiston matkailututkimuksen oppiaineen pro gradu -tutkielmissa media-aineistoja on käytetty viime vuosina useiden eri aihepiirien tutkimuksessa. Matkailun mediatutkimuksissa on käsitelty esimerkiksi COVID-19 -pandemian merkitystä kotimaanmatkailulle uutisartikkeleista rakentuvia diskursseja

tarkastellen (Suomi, 2021). Media-aineistoja on hyödynnetty myös liikamatkailun tutkimuksessa (Kyyrö, 2019) sekä hitaan matkailun ja matkailun murroksen kytköksen tutkimuksessa (Haapakoski, 2021). Media-aineistoja hyödyntäen on lisäksi tarkasteltu vieraanvaraisuuden sukupuolirooleja (Harjula, 2017) ja luonto- ja virkistysalueen matkailun kehittämisen diskursseja (Salonen, 2017).

Media-aineistojen avulla on tutkittu uutisten roolia matkailijoiden saapumisten ennustamisessa (Park, Park & Hu, 2021), sekä median välittämää kuvaa venäläisistä matkailijoista kuluttajina (Gurova & Ratilainen, 2016). Schweinsberg, Darcy ja Cheng (2017) tarkastelevat tutkimuksessaan uutismedioiden roolia suojeltujen urbaanien alueiden matkailun suunnittelussa. Myös median vaikuttavuutta matkailuyrityksiin koronapandemian aikana on tutkittu. Pandemian todettiin olevan uhka ja aikaansaavan negatiivisia vaikutuksia, vaikka se samanaikaisesti loi myös positiivista kehitystä esimerkiksi digitaalisten järjestelmien ja hygieniatoimien osalta. (Yildiz ym., 2022.)

Aineistona matkailun mediatutkimuksissa on käytetty Suomessa muun muassa Helsingin Sanomien artikkeleita (Gurova & Ratilainen, 2016). Mediatekstien lisäksi on hyödynnetty esimerkiksi blogitekstejä (Khodadadi & O'Donnell, 2017), haastatteluja (Khodadadi & O'Donnell, 2017; Wang, Chan & Pan, 2015), sekä kyselyjen antia (esim. Borodako, 2014; Jalilvand, 2017; Radic ym., 2022).

#### 1.4 Tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden malli teoreettisena viitekehyksenä

Tutkielmani teoreettinen viitekehys on Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin (2018) tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden malli, joka soveltuu erityisesti tulevaisuutta koskevia diskursseja tarkasteleviin laadullisiin tutkimuksiin (s. 11–12). Malli perustuu katsaukseen aiemmasta kirjallisuudesta ja käsitteiden kehittymisestä tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen tieteenalalla (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 1–2). Viisi ulottuvuutta ovat aikakäsitys, toimijuus, avoimuus vaihtoehdoille, systeemisyys ja vastuullisuus. Kolme ensimmäistä ulottuvuutta keskittyvät itse toimijaan, ja kaksi jälkimmäistä tarkastelevat laajempaa yhteiskunnallista tulevaisuusajattelun tasoa. (Ahvenharju, 2022; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 11–12.)

Aikakäsityksen ulottuvuus on tulevaisuustietoisuuden mallin perusta, korostaa pitkän aikavälin ajattelun arvoa ja merkitystä sekä menneisyyden, nykyhetken ja tulevaisuuden ymmärtämistä

(Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7). Toimijuuden ulottuvuudelle keskeistä on tarkastella yksilön luottoa omaan kykyynsä vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin, koska ennalta määrättyä tulevaisuutta ei ole olemassa (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 9). Avoimuus vaihtoehdoille -ulottuvuus mahdollistaa totuuksien kyseenalaistamisen ja helpottaa erilaisten vaihtoehtojen ja niiden aikaansaamien muutosten näkemistä. Systemisyyden ulottuvuus tunnistaa ihmisen ja luonnon järjestelmien väliset yhteydet ja päätösten kompleksiset vaikutukset näihin. Vastuullisuuden ulottuvuus tunnistaa tapoja, joilla yksilö pyrkii kohti kaikille parempaa maailmaa, ja tuo malliin siten myös arvot ja eettisen näkökulman. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10.)

Mallin keskiössä on tulevaisuustietoisuuden käsite, jota on määritellyt esimerkiksi Lombardo (2016). Tulevaisuustietoisuus koostuu kaikista ihmisen kyvyistä ja kokemuksista, ja hyvän tulevaisuuden luominen ohjaa ihmisten päivittäisiä valintoja. Tulevaisuustietoisuuden kehittäminen ja kasvattaminen ovat osa hyvän tulevaisuuden luomista. (Lombardo, 2016, s. 116–118.) Tulevaisuustietoisuus rakentuu yksilöiden välisistä eroista kognitioissa, motivaatioissa ja arvoissa, mutta tästä huolimatta sitä voidaan myös opettaa ja kehittää esimerkiksi työpajoissa. (Lalot, Ahvenharju, Minkkinen & Wensing, 2020, s. 874, 882.)

Koska tutkielmani teoreettinen viitekehys hahmottaa tulevaisuuden päivittäisissä valinnoissa rakentuvana (esim. Lombardo, 2016), tutkimukseni edustaa sosiaalisen konstruktionismin paradigmaa, jossa merkitysten tuottaminen ja kollektiivinen jakaminen korostuvat (Pernecky, 2012, s. 1120–1122). Sosiaalisen konstruktionismin näkökulmasta objektiivista tietoa ei ole olemassa, koska tieto riippuu siitä, millaiset sosiaaliset prosessit, historia ja kulttuurit siihen liittyvät. Tieto ei voi konstruktionistisen ajattelun mukaan olla tulkitsijasta riippumatonta, joten myös se, kuka tietoa kysyy, tutkielmani tapauksessa esimerkiksi toimittaja, voi vaikuttaa tietoon. (Burr, 2015; Kekäle & Puusa, 2020, s. 44; Pernecky, 2012, s. 1124.) Myös matkailu on sosiaalinen konstruktio, jossa esineet, paikat ja roolit saavat erilaisia merkityksiä, ja näitä merkityksiä peritään, jaetaan ja ylläpidetään käytännöissä. Matkailu luo, uudelleenrakentaa ja purkaa erilaisia maailmoja. Yhteydestämme maailmaan rakentuu erilaisia todellisuuksia, joten matkailun voisi myös määritellä konstruktionismiksi käytännössä. (Pernecky, 2012, s. 1127-1132.)

Tutkimuskohteeni on tulevaisuustietoisuuden ilmeneminen matkailun tulevaisuutta koskevissa mediateksteissä. Päättökysymykseni on: Miten tulevaisuustietoisuus rakentuu matkailun tulevaisuutta käsittelevissä mediateksteissä? Päättökysymykseeni vastaan

analyysimenetelmääni sekä teoreettisen viitekehylene viiteen tulevaisuustietoisuuden ulottuvuuteen pohjautuvilla osakysymyksillä: Miten matkailun tulevaisuus rakentuu diskursiivisesti? Millainen aikakäsitys matkailun tulevaisuuden diskursseissa välittyy? Millaista toimijuutta matkailun tulevaisuuden diskursseissa esiintyy? Miten avoimuus vaihtoehtoilte näkyy matkailun tulevaisuuden diskursseissa? Millaista systeemisyttä matkailun tulevaisuuden diskursseissa esiintyy? Miten vastuullisuus näkyy matkailun tulevaisuuden diskursseissa?

### 1.5 Aineistot ja menetelmät

Tutkielman aineisto koostuu 29 suomenkielisestä media-artikkelista, jotka käsittelevät matkailun tulevaisuutta. Artikkelit on julkaistu *Helsingin Sanomien*, *Ylen*, *Ilta-Sanomien* ja *Iltalehden* verkkosivuilla vuosien 2017 ja 2023 välillä. *Yle* ja *Helsingin Sanomat* kuuluvat Suomen luotetuimpiin medioihin, ja arvion mukaan noin puolet suomalaisista kokee *Ilta-Sanomien* ja *Iltalehden* olevan melko luotettavia uutislähteitä (Reuters-instituutti, 2022, s. 37–39).

*Helsingin Sanomat* ilmestyy viikon jokaisena päivänä sekä painettuna että digitaalisena, ja sen omistaa Sanoma Media Finland (Sanoma). *Yle* on valtakunnallinen mediayhtiö, joka tuottaa sisältöä nettiin, televisioon ja radioon. *Ylen* pääomistaja on Suomen valtio, ja yhtiön toimintaa rahoitetaan Yle-verolla. (Yle pähkinänkuoressa.) *Ilta-Sanomat* on Suomen suurin uutismedia ja suurin iltapäivälehti, jonka omistaa Sanoma Media Finland (Sanoma). *Iltalehti* on painettuna Suomen neljänneksi luetuin sanomalehti, jonka omistaa Alma Media (Alma: Iltalehti).

Tutkielmani kiinnittyy laadulliseen tutkimusperinteeseen, ja aineiston analyysimenetelmäni on diskurssianalyysi. Diskurssianalyysissa tutkittavaa kohdetta tarkastellaan kielen kautta rakentuneena ilmiönä, ja kieli ymmärretään vuorovaikutteisena ja yhteiskunnallisena toimintana. Kieli ei ole todellisuuden kuva – se ei heijasta ulkoista, fyysistä tai psyykkistä todellisuutta. Keskeisintä on puhutun tai kirjoitetun kielenkäytön piirteiden tarkastelu. Tutkimuksessa keskeisintä ei ole tunnistaa diskursseja vaan analysoida, millaista sosiaalista todellisuutta diskurssien avulla tuotetaan tai ylläpidetään. Diskurssianalyysi on saanut vaikutteita useilta eri tieteenaloilta, eikä siten ole selkeärajainen tutkimusmenetelmä vaan laajempi viitekehys. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016, s. 28; Siltaoja & Sorsa, 2020.)

## 1.6 Tutkielman kulku

Luvussa kaksi esittelen aiempaa matkailun tulevaisuutta koskevaa tutkimusta. Luvussa kolme avaan tulevaisuustietoisuuden mallia, josta tutkimukseni teoreettinen viitekehys koostuu, sekä tulevaisuustietoisuuteen kytkeytyviä käsitteitä. Neljännessä luvussa käsittelen analyysimenetelmäni, aineistoani sekä tutkimukseni eettisiä näkökulmia. Tutkimukseni tuloksia esittelen luvuissa viisi ja kuusi. Seitsemäs luku on yhteenvetoluku, jossa kokoan yhteen tutkielmani annin sekä esitän jatkotutkimusaiheita. Päätän tutkielman kiitoksiin, lähdeluetteloon ja liitteeseen.

## 2. AIEMPI MATKAILUN TULEVAISUUKSIEN TUTKIMUS

Aiemman tutkimuksen katsaustani varten hain tutkimusta useilla eri hakusanoilla kansainvälisistä tietokannoista, muun muassa Academic Search Elitestä sekä ScienceDirectista. Hain tutkimusta muun muassa hakusanoilla tulevaisuus (*future*), media (*media, press*) sekä matkailu (*travel, tourism, hospitality*). Matkailun tulevaisuuden tutkimuksia on toteutettu sekä kvalitatiiviseen että kvantitatiiviseen tutkimusperinteeseen tukeutuen, ja useita eri analyysimenetelmiä hyödyntäen. Aiemmassa tutkimuksessa valittuja menetelmiä ovat esimerkiksi tilastollinen analyysi (esim. Jalilvand, 2017), diskurssianalyysi (esim. Khodadadi & O'Donnell, 2017) ja sisällönanalyysi (esim. Neuvonen, Riala, Nummelin, Sievänen & Tuulentie, 2018). Tutkimusaineistoina on käytetty esimerkiksi uutisartikkeleita (esim. Park, Park & Hu, 2021; Schweinsberg, Darcy & Cheng, 2017.), blogitekstejä (esim. Khodadadi & O'Donnell, 2017), haastatteluja sekä työpajojen ja kyselyjen antia (esim. Borodako, 2014; Radic ym., 2022; Suess, Maddock, Dogru, Mody & Lee, 2022).

### 2.1 Matkailun tulevaisuuksien tutkimus media-aineistoja hyödyntäen

Aiempi matkailun tulevaisuuden tutkimus tunnistaa median ohjaavan roolin julkisessa keskustelussa ja päätöksenteossa. Medialla on voimaa vaikuttaa yleisöön, ja yleisö tulkitsee viestit omaan kokemuspohjaansa nojautuen. Median sisällöillä on voimakas vaikutus matkailijoiden päätöksentekoprosesseihin ja siten myös matkailun tulevaisuuteen. (esim. Kapuściński & Richards, 2022; Schweinsberg, Darcy & Cheng, 2017.) Matkailun mediatutkimuksessa on keskitytty erityisesti tapoihin esittää COVID-19 -pandemiaa ja sen vaikutuksia matkailuun. Lisäksi on tarkasteltu median vaikutuksia matkailun ennustamiseen, ohjaamiseen sekä matkailukohteiden imagoihin.

Butler (2020) tarkastelee kirjallisuuskatsausartikkelissaan akateemisista ja mediassa julkaistuista teksteistä COVID-19 -pandemian vaikutuksia matkailun tulevaisuuskuviin ja mahdollisiin tuleviin muutoksiin. Pandemian aiheuttama kriisi on vakavin uhka matkailulle siinä muodossa, jossa se oli ennen pandemiaa, vaikka matkailuala on toimialana sitkeä. Perinteisesti matkailu on alana avoin innovaatioille ja uusille yrityksille, ja pandemia tarjoaa mahdollisuuden esimerkiksi kestävyuden kehittämiseen käytännössä: matkailu voisi elpyä kohti uutta normaalia tavoitellen samalla kestäväää matkailua. (Butler, 2020, s. 663–664, 669.) Pandemia on tarjonnut matkailualalle mahdollisuuden



reflektoida omaa toimintaansa ja pyrkiä kohti kestäväää matkailua. Tämä vaatii kaikilta matkailun sidosryhmiltä asenteiden ja uskomusten muutosta, jotta aiemmista toimintamalleista voidaan irrottautua. (Wright, 2021, s. 131–132.) Systemaattinen muutos on tarpeen, jotta matkailu voi todella muuttua korona-aikana saatujen oppien mukaisesti – muuttunut maailmanlaajuinen matkailuala voisi olla tasapainoisempi ja tuottaa hyötyjä suuremmalle joukolle ihmisiä (Gössling & Schweiggart, 2022, s. 925–926).

Media vaikuttaa voimakkaasti matkailijoiden uskomuksiin esimerkiksi COVID-19 -pandemiaan liittyvistä riskeistä (Suess ym., 2022). Mediassa pandemia esitetään uhkana, joka johtaa taloudellisiin ja inhimillisiin tappioihin, saa aikaan psykologista pelkoa sekä aiheuttaa yhteiskunnan sulkutiloja ja taloudellista laskusuhdannetta. Median esitykset koronaviruksesta ja matkailualasta keskittyvät negatiivisiin vaikutuksiin, joita pandemia on saanut aikaan. Uutisartikkeleissa nostetaan kuitenkin esille myös pandemian positiivisia vaikutuksia matkailualalle esimerkiksi turvallisuus- ja hygieniatoimenpiteiden parantamisen kautta. (Yildiz ym., 2022.) Myös matkailijoiden halukkuutta rokottautua koronavirusta vastaan ennen matkustamista on tutkittu. Tutkimuksessa todettiin median vaikuttavan positiivisesti rokottautumispäätöksiin. (Radic ym., 2022.)

Uutismedioiden ohjaavaa ja rajaavaa roolia matkailun suunnittelussa on tutkittu myös suojeltujen urbaanien alueiden kontekstissa. Tutkimus toteutettiin kriittisenä diskurssianalyysinä, ja aineisto koostui Sydneyn Royal Botanic Gardens -alueen yleiskaavaprosessiin liittyvistä Sydney Morning Heraldin artikkeleista. Yleiskaavassa ehdotettiin alueelle muun muassa uusien hotellien rakentamista, vierailijareittien parantamista, uusia lautta- ja junareittejä sekä lisää tiede- ja koulutusfasiliteetteja. Tutkimuksessa alueen kehityksen koettiin olevan toivottua, kunhan se ei tapahdu lähellä itseä (*not in my backyard* -ajattelu). Media ohjaa julkista keskustelua ja päätöksentekoa nyt ja tulevaisuudessa, ja urbaaneihin puistoalueisiin kohdistuu paineita tuottaa enemmän taloudellista arvoa kaupungeille. (Schweinsberg, Darcy & Cheng, 2017.)

Park, Park ja Hu (2021) tarkastelevat artikkelissaan uutisdiskurssien roolia matkailijoiden saapumisten ennustamisessa Hong Kongin alueella. Tutkijat valitsivat USA:sta ja Manner-Kiinasta valtavirtauutislähteet, joiden teksteistä etsittiin trendejä ja avainsanoja. Tutkimuksen mukaan kiinalaiset uutiset olivat suuremmassa roolissa määrittelyssä Hong Kongin matkailukysyntää kuin yhdysvaltalaiset uutiset, koska Kiinan mediassa Hong Kongin alue on esillä enemmän kuin USA:n mediassa. Matkailijoiden saapumisten määrä riippuu kohteen ympäristöstä, uutiskynnyksen ylittävistä ilmiöistä ja alueen poliittisista tapahtumista. Uutisaiheilla on välittömiä sekä lyhyen ja

pitkän aikavälin vaikutuksia matkailukysyntään, ja matkailun sidosryhmien tulisi huomioida nämä vaikutukset ennustamisprosesseissaan. Uutisdatan sisällyttäminen ennustamisprosessiin parantaa prosessin laatua. (Park, Park & Hu, 2021.) Median uutistekstit vaikuttavat matkailijoiden riskiarvioinnin prosessiin, jossa on yksilöllisiä eroja. Medialla on voimaa vaikuttaa yleisöönsä, ja tämä aiheuttaa haasteita esimerkiksi matkailun markkinointiin, jossa uutisoinnin negatiivisia vaikutuksia pyritään minimoimaan. (Kapuściński & Richards, 2022.)

Useat matkailun mediatutkimukset keskittyvät imagoon. Vaikka imagotutkimuksissa ei suoraan tarkastella tulevaisuutta, niissä nostetaan esille median vaikutukset matkailun kehitykseen. Jalilvand (2017) tutkii artikkelissaan informaatiolähteiden vaikutusta kohteen imagoon, matkailijoiden asenteisiin kohdetta kohtaan sekä matkailijoiden aikomuksiin matkustaa kohteeseen. Tutkimus toteutettiin kyselynä Iranin Shirazissa, ja keskeistä tutkimuksessa oli suullisen informaation (word-of-mouth, WOM) ja joukkotiedostusvälineiden informaation vertailu. Kyselyn vastaukset analysoitiin tilastollisin menetelmin. Suullinen informaatio ja joukkotiedostusvälineet vaikuttavat kohteen imagoon voimakkaasti, ja niillä on merkittävä vaikutus matkailijoiden asenteisiin kohdetta kohtaan. Molemmat informaation muodot ovat merkittäviä ennustavia tekijöitä myös matkailijoiden aikomuksista matkustaa kohteeseen. Suullisesti välitettävän informaation vaikutukset ovat huomattavasti joukkotiedostusvälineiden vaikutuksia suuremmat. Suullinen informaatio saa aikaan vahvempia asenteita ja uskomuksia, koska sen koetaan olevan informaationa puolueettomampaa ja uskottavampaa kuin perinteisen median välittämä informaatio. Tulosten perusteella kohteiden suositellaan hyödyntävän sekä suullisesti välittyvää informaatiota että joukkotiedostusvälineitä markkinoinnissaan. (Jalilvand, 2017.)

Mediassa säännöllisesti toistuvia matkailua koskevia artikkeleita on tutkittu kvantitatiivisin menetelmin. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitkä kohteet mainitaan matkailukirjoittamisessa, ja mitä asioita niistä korostetaan erikseen. Tutkimuksessa tarkastellut artikkelit olivat ohjailevia, ja kertoivat lukijalle tarkasti, mitä tämän tulee kokea kohteessa. Artikkelit keskittyivät voimakkaasti kuluttamiseen, esimerkiksi ruokailuun ja ostoksiin, sekä nähtävyyksien katseluun. (Stone, 2018, s. 998.) Matkailujournalismi muovaa käsityksiä kaupungista, ja tutkimuksen artikkelien kirjoittajat esiintyvät informaation tarjoajina tavoitteenaan saada lukija vierailemaan tietyissä kohteissa lomansa aikana. Kuitenkin tunnetuimmat ja suosituimmat kohteet saatetaan jättää artikkeleissa huomiotta, ja esille nostetaan niiden sijasta ainutlaatuisia, paikallisia toimijoita ja kohteita. (Stone, 2018, s. 1007–1008.) Matkailukirjoittaminen on markkinoinnin jatke, ja artikkelit tarjoavat monipuolisia vierailukohteita. Lukijan viihdyttämisen

sijaan artikkelien päätavoite on markkinoida kohdetta ja kannustaa lukijaa vierailemaan siellä. (Stone, 2018, s. 1009–1010.) Matkailukohteet voivat myös kutsua toimittajia tai muita vaikuttajia vierailuille, jotta kohteesta tai sen yrityksistä kirjoitettaisiin mediassa.

Khodadadi ja O'Donnell (2017) tutkivat artikkelissaan Irania koskevia diskursseja Iso-Britanniassa. Tutkimus toteutettiin monimenetelmäisesti sosiaaliseen konstruktionismiin tukeutuen. Aineistoa kerättiin brittiläisistä sanomalehdistä ja Iranissa vierailleiden matkailijoiden blogeista. Lisäksi tutkijat haastattelivat Iranissa vierailleita matkailijoita. (Khodadadi & O'Donnell, 2017, s. 53.) Aineistosta rakentui kolme diskurssia. Iran hallintona -diskurssi on voimakkaasti esillä sanomalehtiaineistossa, ja keskeisiä ovat esimerkiksi Iranin ydinaseohjelma ja maan vaarallisuus sekä matkailijoille että omalle väestölle. Hallintodiskurssi on Iranin imagolle haitallinen. Iran Persiana -diskurssia käytetään sekä aineiston blogiteksteistä että haastatteluaineistosta. Iran esitetään historiallisesti kiinnostavana maantieteellisenä alueena, ja valokuvat ovat tärkeä osa tätä diskurssia. Iran näyttäytyy menneisyyden Persiana, joka on kulttuurimatkailijoita kiinnostava, kaunis ja rauhoittava paikka. Kolmas diskurssi esiintyy blogiteksteissä ja haastatteluissa, ja nostaa esiin Irania yhteiskuntana. Yhteiskuntadiskurssi korostaa muun muassa Iranissa matkailijoita yllättänyttä moderniutta ja Iso-Britannian kulttuurin voimakasta näkyvyyttä Iranissa. Yhteiskuntadiskurssin myötä esiin nousee myös selkeä ero ”media-Iranin” ja ”eletyn Iranin” välillä – matkailijoiden käsitys maasta muuttuu, kun siellä vieraillaan. (Khodadadi & O'Donnell, 2017, s. 55–60.)

Wang, Chan ja Pan (2015) tarkastelevat artikkelissaan joukkotiedotusvälineiden muovaavaa vaikutusta matkakohteiden imagoon. Tutkimuksessa Singaporen kohdeimagoa tutkittiin Hong Kongin asukkaiden näkökulmasta. Haastatellut osallistujat saivat luettavakseen positiivisia, neutraaleja ja negatiivisia uutisia Singaporen alueesta. Uutiset vaikuttavat mielipiteisiin, mutta uutisessa raportoidun aiheen mittakaavasta ja vaikutuksista riippuu se, miten pitkäkestoinen mielipiteen muutos on. Esimerkiksi liikenneonnettomuudet ja rikokset alueella unohtuvat nopeasti ja saavat aikaan vain vähäistä kohdeimagon muutosta. Luonnonkatastrofit sen sijaan voivat vaikuttaa kohdeimagoon voimakkaasti ja pitkäkestoisesti. Mediaa voidaan hyödyntää matkakohteen markkinoinnissa esimerkiksi nostamalla positiivisia uutisia esiin markkinointimateriaaleissa. (Wang, Chan & Pan, 2015, s. 860, 871–872.)

Joukkotiedotusvälineet sekä ohjaavat päätöksentekoa ja mielipiteiden muodostumista että nostavat matkailua esiin eri näkökulmista. Media voi parhaimmillaan toimia matkailun äänitorvena, joka saa

aikaan positiivisia vaikutuksia matkailualaan esimerkiksi kysyntää lisäämällä. Toisaalta negatiivinen mediassa saatu huomio voi vaikuttaa alueen imagoon matkakohteena jopa pitkäkestoisesti, kuten Wangin, Chanin ja Panin (2015) tutkimus osoittaa.

## 2.2 Muu matkailun tulevaisuuksien tutkimus

Matkailulle voidaan aiemman tutkimuksen perusteella hahmottaa monia erilaisia tulevaisuuden näkymiä, ja aiemman tutkimuksen perusteella autenttinen, sidosryhmien yhteistyössä toteutettava ja kestävä matkailu nähdään haluttavana tulevaisuudentilana. Aiemmissä tutkimuksissa on keskitytty erityisesti trendeihin ja ennakkoinnin hyödyntämiseen matkailualan liiketoiminnassa. Lisäksi on hahmoteltu skenaarioita matkailun tulevaisuudelle erilaisille aikaväleille.

Matkailun ennustamista, trendejä ja tulevaa kehitystä on tarkasteltu kirjallisuudessa paljon. Ennustamiseen liittyvät tutkimukset ovat keskittyneet matkailijoiden määriin, eikä niissä ole huomioitu markkinoiden heterogeenisyyttä tai kohteiden välisiä riippuvuuksia (Li & Jiao, 2020). Teknologia on matkailutrendien keskeisin teema: ihmisten välistä vuorovaikutusta voidaan vähentää ja korvata teknologian avulla, ja onlineyhteisöt mahdollistavat matkailualan toimijoille mahdollisuuden saada reaaliaikaista tietoa matkailijoiden mieltymyksistä ja tarpeista. Teknologiaan liittyvät trendit ovat matkailulle sekä mahdollisuus että haaste. (Bowen & Whalen, 2017.) Tulevaisuudessa matkailun ennustamiseen keskittyvässä kirjallisuudessa siirrytään kohteiden makrotasolta yritys- ja matkailijasegmenttien mikrotasolle, ennusteiden horisontit lyhenevät ja ennustamista voidaan jopa automatisoida (Li & Jiao, 2020).

Borodako (2014) keskittyy artikkelissaan tarkastelemaan yritystoimijoiden asenteita tulevaisuusorientoitunutta ennakkointiajattelua kohtaan. Tutkimuksessa matkailuyrityksille lähetettiin sähköpostikysely, jonka vastauksia analysoitiin tilastollisin menetelmin. Matkailuyritykset sijaitsivat Puolan Malopolskan alueella. Tutkimuksen tavoitteena oli analysoida, ovatko alueen yritykset valmiita ja kyvykkäitä osallistumaan mahdolliseen ennakkointiprojektiin, jossa keskityttäisiin matkailualan tulevaisuusnäkymiin pitkällä aikavälillä. (Borodako, 2014, s. 282, 285.) Tulosten perusteella organisaation prosesseihin osallistuminen edellyttää tietoisuutta liiketoiminnasta ja sen haasteista. Ennakkointiprojektit vaativat yhteistyötä ja ennakkoinnin metodien tuntemusta, joten projektin osallistujat tulee valita huolellisesti osallistumishalukkuuden mukaan. Yritysten välillä on tutkimuksen mukaan suuria tilastollisia eroja ennakkointiorientaatiossa, ja

vastanneet yritykset jakautuivat kahteen ryhmään. Ensimmäisen ryhmän yrityksissä yhteistyötä tehdään paljon, tulevaisuusorientoitunut ajattelu on vahvaa, ja erilaisiin aloitteisiin osallistutaan aktiivisesti. Toiseen ryhmään kuuluvat yritykset toteuttavat edellä mainittuja toimia vähemmän, ja yrityksissä sitoutuminen on vähäisempää. (Borodako, 2014, s. 283–289.)

Yritysten yhteiskuntavastuun näkökulmasta matkailun trendejä, kehitystä ja tulevaisuutta on tarkasteltu tutkimuksessa, jonka tuloksena voitiin määritellä kahdeksan teema-aluetta yritysten yhteiskuntavastuuseen liittyen. Tutkijat kartoittivat matkailualan yritysten yhteiskuntavastuun suosituimpia tutkimusaiheita toteuttamalla laajan kirjallisuuskatsauksen. Keskeisiä teemoja tutkimuksessa ovat esimerkiksi kestävyys, uudet innovaatiot ja ekomatkailu sekä markkinoinnin näkökulma. Matkailualan yritysten yhteiskuntavastuussa korostuvat kestävä matkailu ja laaja kestävyyskeskustelu, jossa ovat mukana useat eri sidosryhmät. (Sánchez, Carranza, Martín & Díaz, 2022 s. 462, 470–472.)

Fernández-Güell ja Collado (2014) pohtivat artikkelissaan ennakoinnin potentiaalia matkailun kehittämisessä, jossa kompleksisuus ja epävarmuus ovat kiinteä osa toimintaa. Ennakoinnin työkaluja on käytetty matkailussa harvoin, koska matkailualan toimijat ovat kokeneet niiden antavan vain vähäistä arvoa suunnitteluprosessiin. Ennakoinnissa pohditaan tulevaisuutta, jota muovaavat kompleksiset, epävarmat ja moninaiset visiot tulevaisuudesta, joka nähdään avoimena. (Fernández-Güell & Collado, 2014, s. 83.) Jotta ennakointityökalut olisivat houkuttelevia matkailun suunnittelijoille, niiden tulee olla laadukkaita ja yksityiskohtaisia. Artikkelissa esitetty malli testaa ennakointityökalujen sopivuutta matkakohteiden suunnitteluun. (Fernández-Güell & Collado, 2014, s. 86–87, 93–94.)

Suomessa tulevaisuuden ennakointia on tutkittu ulkoilun näkökulmasta, ja Portugalissa on hahmoteltu matkailun tulevaisuuskuvia. Molemmissa tutkimuksissa järjestettiin useita työpajoja, joihin osallistuivat asiantuntijat, akateemikot, paikallinen hallinto ja matkailualan edustajat. Suomalaisessa tutkimuksessa mukana työpajoissa oli myös johtavan tason toimijoita vapaa-ajan, urheilun, maankäytön ja metsänhoidon aloilta. Työpajat järjestettiin vuonna 2015 ja aikaperspektiivinä oli vuosi 2030. Portugalissa toteutetussa tutkimuksessa matkailualan edustajat osallistuivat tulevaisuuskuvien hahmotteluun vuonna 2011, ja skenaarioiden horisontiksi asetettiin vuosi 2020. (Neuvonen ym., 2018, s. 365; Varum ym., 2011, s. 19, 31–32.) Luonnon saavutettavuus on keskeinen haaste, samoin sidosryhmien yhteistyön heikko taso. Esimerkiksi osallistaminen ja parempi infrastruktuuri ovat tarpeen, jotta luonnon potentiaalia voidaan hyödyntää matkailussa

tulevaisuudessakin. (Neuvonen ym., 2018.) Portugalissa toteutetussa tutkimuksessa luotiin neljä skenaariota matkailun kehityksestä. Jokaisessa skenaariossa Portugalin matkailu on olemassa, mutta yleisenä haasteena on sen mahdollinen maksimointi. Jokainen työpajoissa luotu skenaario tavoittelee autenttisuutta, ja pyrkii kontrolloimaan matkailun kysyntää, jotta Portugalin vetovoima ei kärsi. (Varum ym., 2011.)

Whittington (2014) tunnistaa artikkelissaan perhematkailun tulevaisuuden teknologisia ja sosiaalisia epävarmuustekijöitä. Tutkimuksessa hyödynnetään global business network (GBN) -metodia, jonka avulla voidaan muodostaa neljä tulevaisuuskuvaa tietylle aikahorisontille, joka on tässä tutkimuksessa vuosi 2050. (Whittington, 2014, s. 379–380.) Yhden henkilön talouksien määrä tulee todennäköisesti lisääntymään seuraavina vuosikymmeninä, ja tämä ”sinkkujen” asiakasryhmä tarpeineen ja mieltymyksineen vaikuttaa matkailupalveluiden kehitykseen globaalilla tasolla. Toinen matkailun tulevaisuuteen vaikuttava tekijä on virtuaalisten kokemusten kehittyminen ja niiden käytön lisääntyminen. Tutkimuksessa luodut tulevaisuuskuvat muodostuvat asetelmasta, jossa matkailumarkkinoita hallitsevat joko ”sinkut” tai perheet ja joko virtuaaliset tai konkreettiset kokemukset. Yksi tutkimuksen tulevaisuuskuvista korostaa ”sinkkuja” tärkeimpänä matkailijaryhmänä, jolle tarjotaan matkailukokemuksia virtuaalisesti. Matkailu on tällöin yksinäinen ja henkilökohtainen kokemus, jota voidaan voimakkaasti räätälöidä. Matriisin neljä tulevaisuuskuvaa ovat kärjistettyjä, ja voivat joko toteutua tai osoittautua päinvastaisiksi todellisen kehityksen kanssa. (Whittington, 2014, s. 381, 388–394.)

### 3. TULEVAISUUSTIETOISUUS TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys on Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin (2018) tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden teoria, joka on kehitetty tieteellisen kirjallisuuden pohjalta, ja jonka tavoitteena on yhtenäistää tutkimuksen tekemistä ja ymmärryksen rakentamista tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksessa. Ensimmäisenä käsitelen tulevaisuustietoisuuden käsitettä, jota voidaan määritellä monin eri tavoin. Sen jälkeen esittelen tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden teoriaa kaikkine ulottuvuuksineen. Luvun lopuksi esittelen tulevaisuustietoisuudelle rinnakkaisia käsitteitä.

#### 3.1 Tulevaisuustietoisuuden käsite

Tulevaisuus koostuu ennusteista, toiveista ja suunnitelmista, mutta myös peloista ja ahdistuksen aiheista. Tulevaisuuteen voidaan suhtautua sekä optimistisesti että pessimistisesti, koska tulevaisuus on pohjimmiltaan avoimuutta mahdollisuuksille. (Sande, 1972, s. 271.) Tulevaisuus on osa todellisuutta, mutta myös sen ilmentymä (Lombardo, 2016, s. 118). Tulevaisuutta ajatellessamme arvotamme erilaisia vaihtoehtoja, tunnistamme haluttuja tulevaisuuksia ja ratkaisemme tulevaisuutta koskevia ongelmia tekemällä valintoja ja päätöksiä (Lombardo, 2009, s. 85). Tulevaisuutta voidaan muokata ja siihen voidaan aktiivisesti vaikuttaa, jos ihmisille tarjotaan mahdollisuus keskustella ja ilmaista arvojaan, ja heillä on tarpeeksi tietoa esimerkiksi kauaskantoisia vaikutuksia aikaansaavista päätöksistä (Sande, 1972, s. 277).

Tulevaisuustietoisuus on tiheä käsite (*thick concept*) (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 11), jota kuvaillaan erilaisin tavoin erilaisissa yhteyksissä. Käsitteestä on tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen tieteellisessä yhteisössä kiinnostuttu viime vuosina yhä enemmän (Ahvenharju & Pouri-Mikkola, 2022, s. 389). Tulevaisuustietoisuus perustuu henkilökohtaisille ominaisuuksille, ja käsitteen avulla voidaan selittää yksilön toimintaa. Tulevaisuustietoisuuden kyvyn avulla voidaan pohtia tulevaisuutta ja pitää yllä voimaannuttavaa tunnetta vaikuttamisen mahdollisuuksista. Lisäksi kyky mahdollistaa eri vaihtoehtojen avoimen arvioinnin ja ongelmien pohtimisen holistisesta ja järjestelmällisestä näkökulmasta. Tulevaisuustietoisuuden avulla pyritään kohti parempaa tulevaisuutta yksilöille ja koko yhteiskunnalle. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 11–12.)

Rubin (2002) määrittelee tulevaisuustietoisuuden aktiiviseksi ja toimintaan ohjaavaksi näkökulmaksi tulevaisuuteen, nykyhetkeen ja menneisyyteen sekä näiden välisiin suhteisiin. Tulevaisuustietoisuudessa keskeistä on pyrkimys saada käsitys asioiden ja päivittäisten toimien merkityksistä ja seurauksista. (Rubin, 2002, s. 904.) Rubinin mukaan tulevaisuustietoisuus on lähellä *tulevaisuusajattelun* käsitettä, jolla puolestaan tarkoitetaan ”tulevaisuuteen suuntautunutta, tulevaisuutta koskevista asioista ja ilmiöistä kiinnostunutta tai huolestunutta tapaa ajatella”. Tulevaisuustietoisuuden tapaan tulevaisuusajattelu perustuu tarpeeseen ymmärtää, mitä tulevaisuudessa tapahtuu, ja siten perustella nykyisyydessä tehtäviä valintoja. (Rubin, 2002, s. 903–904.)

Lombardo (2016, s. 116–117) näkee tulevaisuustietoisuuden kokoelmana kaikista ihmisen kyvyistä ja kokemuksista: ihminen pohtii jatkuvasti hyvää tulevaisuutta, ja sen luominen ohjaa päivittäistä käytännön toimintaamme. Holistinen tulevaisuustietoisuus voidaan määritellä monitahoiseksi kyvyksi, joka sisältää ne psykologiset prosessit, kokemukset ja käyttäytymisen tavat, jotka liittyvät tulevaisuusajatteluun. Ilman tulevaisuustietoisuutta ihminen olisi olentona passiivinen ja tavoitteeton. (Lombardo, 2016, s. 126.) Tulevaisuustietoisuuteen sisältyy erilaisia psykologisia prosesseja kuten havainnointi ja käyttäytyminen, tunteet ja motivaatiot sekä oppiminen ja muisti. Tulevaisuustietoisuus perustuu yksilön aikäkäsitykselle, sisukkuudelle ja muutostensietokyvyille. Yksilöiden ja ryhmien välillä on vaihtelua tulevaisuustietoisuuden tasossa. (Lombardo, 2016.)

Tulevaisuustietoisuuden kyky energisoi ja hyödyttää ihmisen mieltä esimerkiksi aktivoimalla mielikuvitusta, kriittistä ajattelua sekä ongelmanratkaisukykyä, ja maksimoi siten mahdollisuutemme selviytyä ja kehittyä tulevaisuudessa. Tulevaisuustietoisuuden voidaan ajatella tarjoavan elämälle merkitystä ja tarkoitusta, ja siten tulevaisuustietoisuus on myös kytköksissä mielenterveyteen; toiveikkuus ja optimismi tulevaisuutta kohtaan ehkäisevät esimerkiksi masennusta ja pelkoja. (Lombardo, 2009, s. 90.) Keskeistä tulevaisuustietoisuuden kehittämisessä on yhdistää henkilökohtainen ja globaali taso, jotta yksilö hahmottaa oman paikkansa tulevaisuudessa. Esimerkiksi globaalien tason trendeillä voi olla vaikutusta yksilön henkilökohtaisiin pyrkimyksiin tulevaisuudessa. (Lombardo, 2009, s. 94.)

Tulevaisuustietoisuus korostaa yksilön roolia yhteiskunnan jäsenenä sekä yksilön havaintoja globaalista ja yhteiskunnallisesta tulevaisuudesta. Tulevaisuustietoisuus rakentuu yksilöiden välisistä eroista kognitioissa, motivaatioissa ja arvoissa, mutta tästä huolimatta sitä voidaan myös opettaa ja kehittää esimerkiksi työpajoissa. (Lalot ym., 2020, s. 874, 882.) Tulevaisuustietoisuuden



teorian avulla pyritään lisäämään tietoisuutta, jotta toivottavampia tulevaisuuksia mahdollistava päätöksenteko lisääntyisi. Viiden ulottuvuuden malli perustuu katsaukseen aiemmasta kirjallisuudesta ja käsitteiden kehittymisestä tulevaisuuskentän tutkimuksen tieteenalalla. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 1–2.)

Tulevaisuustietoisuus muodostuu prosesseista, jotka vaikuttavat siihen, miten ihminen projisoi itsensä ja sosiaalisen ympäristönsä mahdollisiin tulevaisuuksiin ja mukautuu niihin, kun tulevaisuudesta tulee nykyisyyttä. Tulevaisuustietoisuus vaikuttaa kykyyn nähdä mahdollisia tulevaisuuksia ja pyrkiä ihanteellisia tulevaisuuksia kohti. (Ahvenharju, Lalot, Minkkinen & Quiamzade, 2021.) Tutkielmassani tukeudun tähän tulevaisuustietoisuuden määritelmään huomioiden myös Rubinin (2002) määritelmässään korostaman aktiivisuuden tulevaisuuteen vaikuttamisessa.

Tulevaisuustietoisuuden käsitettä on käytetty esimerkiksi tutkimuksessa, jossa tarkasteltiin tulevaisuustietoisuuden mahdollisia suojelevia vaikutuksia COVID-19 -pandemian aikana. Tutkimus toteutettiin pitkittäistutkimuksena, jonka aineisto kerättiin onlinekyselyiden avulla kesän 2020 aikana. Koronaviruspandemia on haaste tulevaisuusajattelulle, koska se vähentää yksilön kontrollia, lisää epävarmuutta, ja johtaa ajattelemaan ennemminkin yhteisön kuin yksilön parasta. Tutkimuksessa voimakkaasti tulevaisuustietoiset vastaajat olivat tyytyväisempiä, myötätuntoisempia muita kohtaan sekä voivat paremmin. Lisäksi tulevaisuustietoisemmat vastaajat näkivät rajoitukset tärkeämpinä, luottivat muidenkin kunnioittavan rajoituksia, toimivat itse varovaisemmin ja omasivat enemmän hyviä vuorovaikutussuhteita oman naapurustonsa sisällä. Tulevaisuustietoisemmat vastaajat ilmoittivat kokevansa vähemmän emotionaalista tylsistymistä ja enemmän toiveikkuutta. Kuitenkin tulevaisuustietoisemmat myös olivat enemmän huolissaan yhteiskunnallisista asioista. (Lalot, Abrams, Ahvenharju & Minkkinen, 2021.)

### 3.2 Tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden teoria

Nykyisessä kompleksisessa ja globaalissa maailmassa on yhä tärkeämpää ymmärtää, miten ihmiset hahmottavat tulevaisuutta (Lalot, Ahvenharju, Minkkinen & Wensing, 2020, s. 874).

Ympäristömme haastaa meitä yhä enemmän pohtimaan ja ymmärtämään tulevaisuuden kehityssuuntiin sisältyviä mahdollisuuksia (Ahvenharju, 2022, s. 16), ja koska tulevaisuus rakentuu päivittäisissä toimissamme ja valinnoissamme (Lombardo, 2016), koen kiinnostavaksi ja tärkeäksi

tarkastella tulevaisuuden ennakointia matkailualalla, joka on alana sopeutuvainen ja nopeasti muuttuva (esim. Butler, 2020).

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys koostuu Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin kehittämästä *tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden teoriasta*. Aiemmassa tieteellisessä keskustelussa tulevaisuustietoisuuden soveltaminen on jäänyt vähälle huomiolle, eikä yleisesti hyväksytyjä ja käytettyjä tutkimusviitekehyksiä ole. Tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden malli perustuu tieteelliselle kirjallisuudelle ja tulevaisuuskientutkimuksen käsitteiden kehittymiselle ajan myötä. Viisi ulottuvuutta on tunnistettu erilaisia tulevaisuusajattelua tutkimuskirjallisuudessa kuvaavia määritelmiä vertailemalla. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 1–2; Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 391.) Mallin viisi ulottuvuutta perustuvat muun muassa Sanden (1972) määrittelemille tulevaisuustietoisuuden ulottuvuuksille sekä Lombardon ja Cornishin (2010) kuvailuille korkeasta tulevaisuustietoisuudesta.

Tulevaisuustietoisuuden mallissa määritellään viisi ulottuvuutta, jotka on luotu pohtimalla ominaisuuksia, jotka esimerkiksi yksilöllä, organisaatiolla tai valtiolla tulee olla, jotta tulevaisuustietoisuus voi olla korkealla tasolla. Ulottuvuudet ovat *aikakäsitys (time perspective)*, *toimijuus (agency beliefs)*, *avoimuus vaihtoehdoille (openness to alternatives)*, *systemisyys (systems perception)* ja *vastuullisuus (concern for others)*. Yhdessä viisi ulottuvuutta muodostavat yhtenäisen tulevaisuustietoisuuden käsitteen. Viiden ulottuvuuden malli tarjoaa yhtenäisen pohjan tutkimukselle, ymmärryksen rakentamiselle ja kehittämiselle. Mallin kehittäjien mukaan tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden teoria soveltuu käytettäväksi laadullisissa tutkimuksissa, joissa tarkastellaan tulevaisuuteen liittyviä diskursseja, kuten strategiadokumentteja, uutisartikkeleita tai tutkimushaastatteluja. Ulottuvuuksia voidaan siten hyödyntää myös laajempien yksiköiden kuin yksilön tutkimuksessa. Tällaisia ovat esimerkiksi ihmisryhmät tai organisaatiot. (Ahvenharju, 2022, s. 5; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 5–12.)

Ensimmäinen ulottuvuus on aikakäsitys (*time perspective*), joka viittaa käsitykseen ajan kulusta menneestä nykyhetken kautta tulevaisuuteen, sekä tapaan jolla tapahtumat ja niiden seuraukset seuraavat toisiaan ajassa (Ahvenharju, 2022, s. 54). Ulottuvuus perustuu muun muassa Sanden (1972) määrittelemälle tulevaisuustietoisuuden *pituuden (length)* ulottuvuudelle sekä Lombardon ja Cornishin (2010) *ajantajun (sense of time)* käsitteelle. Myös Bellin (1997) *ajan merkityksen (the meaning of time)* käsitettä on hyödynnetty aikakäsityksen ulottuvuuden muotoilussa. Bell hahmottaa ajan jatkuvana, lineaarisena, yksisuuntaisena ja peruuttamattomana: tapahtumat

tapahtuvat ajassa ennen tai jälkeen toisia tapahtumia, ja näin määrittyvät menneisyys, nykyhetki ja tulevaisuus (1997, s. 140–141).

Perusedellytys tulevaisuustietoisuudelle on se, että on tietoinen huomisesta ja ymmärtää ajan kulumisen luonteen. Aikakäsityksen ulottuvuus on tulevaisuustietoisuuden mallin perusta, ja tunnistaa pitkän aikavälin ajattelun arvon ja merkityksen. Ulottuvuus keskittyy menneisyyden, nykyhetken ja tulevan laajaan ymmärtämiseen. Siksi ulottuvuuden nimi on aika- eikä tulevaisuuskäsitys. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 9.) Jokseenkin tulevaisuutensa suhteen itsevarma henkilö omaa enemmän kauaskantoista tulevaisuustietoisuutta kuin epävarmuudessa elävä henkilö (Sande, 1972, s. 272). Yksilöä laajempaa yksikköä tarkasteltaessa aikakäsityksen ulottuvuuden avulla pohditaan, miten järjestelmä hahmottaa aikaa, miten pitkälle tulevaisuuteen sen ennusteet kohdistuvat ja miten hyvin menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden väliset suhteet järjestelmässä ymmärretään (Ahvenharju & Pours-Mikkola, 2022, s. 393.)

Mallin toinen ulottuvuus on toimijuuden ulottuvuus (*agency beliefs*), jossa keskiössä on yksilön luotto omaan kykyynsä vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7). Toimijuuden ulottuvuudessa näkyvät esimerkiksi Sanden (1972) *optimismin* (*optimism*) ja *vaikutusten* (*influence*) ulottuvuudet sekä Bellin (1997) avoimen tulevaisuuden oletus. Optimistinen suhtautuminen tulevaisuuteen, rohkeus ja innostus ovat myös keskeisiä piirteitä toimijuuden taustalla (Lombardo & Cornish, 2010). Tulevaisuuden voidaan odottaa koostuvan hyvistä tai pahoista tapahtumista, ja tapahtumien arviointi riippuu yksilöstä itsestään. Myös Sanden (1972) vaikutusten ulottuvuus on subjektiivinen, ja perustuu yksilön ajatukselle siitä, miten hän kokee voivansa vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin. (Sande, 1972, s. 274.)

Tulevaisuus ei ole ennalta määrätty ja löydettävissä sellaisenaan: ihmiset voivat käyttää valtaansa ja vaikutuksiaan aktiivisesti muotoillakseen tulevaisuutta haluamakseen. Tulevaisuutta ei tarvitse siis hyväksyä väistämättömänä. Tulevaisuuden haasteiden ratkaisemiseksi tarvitaan vastuullista toimintaa ja pitkän aikavälin ajattelua. Toimijuuden ulottuvuus asettaa keskiöön sen, miten mahdollista tulevaisuuden tapahtumiin vaikuttaminen on sekä henkilökohtaisella että yhteiskunnallisella tasolla; tulevaisuus muodostuu yksilöiden toimista. (Ahvenharju, 2022, s. 54; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9; Bell, 1997, s. 150–151.) Laajempaan yksikköön kohdistettuna toimijuuden ulottuvuus tarkastelee järjestelmän omaa käsitystä

vaikutusmahdollisuuksistaan: miten pitkälle järjestelmä kokee voivansa vaikuttaa tulevaisuuden ennusteisiin ja toimia niiden toteuttamiseksi? (Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 393.)

Kolmas ulottuvuus on avoimuus vaihtoehdoille (*openness to alternatives*), mikä mahdollistaa kriittisen kyseenalaistamisen ja eri vaihtoehtojen sekä niiden mahdollisesti tuomien muutosten näkemisen, ja siten valmistaa siihen, että tulevaisuus tuo mukanaan yllätyksiä. Mallia luodessaan tutkijat yhdistivät useita aiemmassa kirjallisuudessa esiin nousseita käsitteitä, kuten luovuuden, mielikuvituksen, kriittisen ajattelun, avoimuuden ja muutosten arvostamisen. (Ahvenharju, 2022, s. 54; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9–10.) Avoimuudesta vaihtoehdoille kertovat esimerkiksi käsitys trendeistä ja haasteista sekä luovuus, mielikuvitus ja uteliaisuus, joita Lombardo ja Cornish (2010) käsittelevät osina tulevaisuustietoisuuden kykyä.

Bell (1997) toteaa, ettei mennyt ole hyvä otos kaikesta ajasta, koska emme elä jatkuvasti uudelleen menneisyyden tapahtumia. Kun tulevaisuus muuttuu nykyhetkeksi ajan kuluessa, se sisältää tapahtumia, prosesseja ja rakenteita, joita ei ole ollut olemassa aiemmin: tulevaisuuden voidaan ajatella ”sisältävän uutta aikaa”. (Bell, 1997, s. 141.) Ennenkokemattomissa tilanteissa koetellaan yksilön kykyä rekonstruoida omia kognitiivisia mallejaan kriittisen ajattelun avulla. Kun perinteitä ja auktoriteetteja kyseenalaistetaan, voi syntyä myös konflikteja. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9–10.) Organisaatioihin ja ihmisryhmiin laajennettuna ulottuvuus keskittyy siihen, miten järjestelmä näkee tulevaisuuden mahdollisuudet (Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 393).

Tulevaisuustietoisuuden teorian neljäs ulottuvuus on systeemisyys (*systems perception*). Ulottuvuudessa tunnistetaan ihmisen ja luonnon erilaisten järjestelmien keskinäiset yhteydet ja päätösten kompleksiset vaikutukset niihin. Ulottuvuuden keskiössä ovat järjestelmien väliset suhteet, joita tulisi voida tunnistaa ja huomioida omassa toiminnassa. Yksilön tai ryhmän ei tarvitse edustaa tiettyä systemaattista maailmankuvaa tai todellisuuden teoriaa voidakseen olla korkealla tasolla tulevaisuustietoisuudessa. Kyky systeemisyteen on kuitenkin tarpeellinen ja hyödyllinen, jotta voi kokonaisvaltaisesti ymmärtää kompleksisia pitkän aikavälin vaikutuksia, joita esimerkiksi omat päätökset saavat aikaan. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10; Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 393.) Ulottuvuus on rakentunut esimerkiksi Bellin (1997) ajatuksesta maailman keskinäisriippuvuudesta, joka on johtanut holistiseen ja poikkitieteelliseen lähestymistapaan, jossa kukaan ei ole aidosti omavarainen ja jokainen yksikkö voidaan johtaa toisesta (s. 155). Systeemisyden ulottuvuuden rakentamisessa on hyödynnetty myös Sanden

(1972) *kiinnostuksen tason (level of interest)* ulottuvuutta, joka jaottelee tulevaisuustietoisuuden henkilökohtaiselle, kansalliselle ja maailman tasolle (s. 274).

Viimeinen ulottuvuus on vastuullisuus (*concern for others*). Muista huolehtiva yksilö pyrkii kohti kaikille parempaa maailmaa. Vastuullisuuden ulottuvuus johtaa pohdintaan siitä, millaiseen tulevaisuuteen meidän tulisi tähdätä, ja ulottuvuudessa yhdistyvät arvot, moraalit ja eettinen ajattelu. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10.) Ulottuvuus tuo malliin ajatuksen siitä, että toiset tulevaisuudet ovat toisia parempia ja haluttavampia. Ellei näin olisi, tulevaisuuden aktiivinen pohtiminen ja työskentely haluttujen tulevaisuuksien saavuttamiseksi ei olisi tarpeellista. (Bell, 1997, s. 157.) Vastuullisuuden ulottuvuuden avulla voidaan hahmottaa, miten järjestelmä hahmottaa roolinsa muihin järjestelmiin verrattuna, ja miten laajasti siinä hahmotetaan omien toimien vaikutukset ja tunnetaan niistä vastuuta (Ahvenharju & Pouri-Mikkola, 2022, s. 393).

Huolenpidon ja vastuullisuuden etiikka tulisi sijoittaa tulevaisuusajattelun ja -tutkimuksen keskiöön, koska nykyhetkelläkin on tehtävä vastuullisia päätöksiä epävarmuudesta huolimatta. Vastuullisuuden ulottuvuudessa korostuvat erityisesti kyky huolehtia ja omistautua parantamaan sekä omaa että muiden tulevaisuutta. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10; Groves, 2009, Ahvenharjun, Minkkinen ja Lalotin, 2018, s. 10 mukaan.) Vastuullisuuden ulottuvuus perustuu muun muassa Sanden (1972) *arvojen (values)* ulottuvuudelle, jonka avulla voidaan pohtia, mitä ihmiset haluavat tulevaisuudelta, ja kuinka todennäköistä sen saavuttaminen on (s. 275).

Tulevaisuustietoisuuden mallin viisi ulottuvuutta ovat kytköksissä toisiinsa eri tavoin. Aikakäsityksen ja toimijuuden ulottuvuudet muodostavat mallille perustan, jossa aikakäsitys mahdollistaa ajanjaksojen ja tulevaisuuden käsitteen hahmottamisen, ja toimijuus antaa motivaatiota pohtia mahdollisia tulevaisuuksia. Systeemisyyden ja vastuullisuuden ulottuvuudet laajentavat tulevaisuuskuvan yksilöstä laajemmalle tasolle, esimerkiksi yhteiskuntajärjestelmiin. Avoimuus vaihtoehdoille sitoo kaikki viisi ulottuvuutta yhteen mahdollistaen tulevaisuuden avoimuuden ja ennustamattomuuden ymmärtämisen. (Ahvenharju, 2022, s. 74–75.)

Tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden mallia on hyödynnetty kvantitatiivisessa tutkimuksessa, jossa pyrittiin tunnistamaan eroja tutkimuksen osallistujien tulevaisuushavainnoissa ja tulevaisuustietoisuudessa (Lalot ym., 2020, s. 874). Tutkijat arvioivat, että jokainen mallin viidestä ulottuvuudesta näkyy yksilöiden välisissä mitattavissa eroissa. Tutkimus toteutettiin

neljässä osassa, joista jokaisessa osallistujat saivat täytettäväkseen kyselylomakkeen, jonka kysymysten avulla mitattiin tulevaisuustietoisuuden eri ulottuvuuksia. (Lalot ym., 2020, s. 876.) Tuloksista kävi ilmi, että demografiset tekijät, kuten ikä, sukupuoli tai koulutustaso, eivät selitä tulevaisuustietoisuuden vaihtelusta kuin pienen osan. Tutkimuksessa saadut tulevaisuustietoisuusasteet korreloivat positiivisesti muun muassa ekstroversion, tunnollisuuden ja kokemuksille avoimuuden persoonallisuuspiirteiden kanssa. Tulevaisuustietoisuuden todettiin rakentuvan yksilöiden välisistä eroista kognitioissa, motivaatioissa ja arvoissa. Tutkimusta varten kehitetty tulevaisuustietoisuuden asteikko soveltuu informatiiviseksi työkaluksi mittaamaan yksilön tulevaisuustietoisuuden kehitystä ajan myötä. (Lalot ym., 2020, s. 879–882.) Viisi ulottuvuutta mahdollistavat tulevaisuuteen katsovien, perusteltujen, moninaisten, vastuullisten ja voimaannuttavien tulevaisuuskuvioiden luomisen, mikä puolestaan mahdollistaa sellaiset toimet ja päätökset, jotka helpottavat näiden tulevaisuuskuvioiden toteuttamista (Ahvenharju, 2022, s. 87).

### 3.3 Tulevaisuustietoisuuden rinnakkaiset käsitteet

Tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksien käsitteitä on runsaasti, ja niitä on kehitetty erilaisiin tarkoituksiin. Tulevaisuustietoisuuden mallin kehittäminen edellytti tutkijoilta tarkkaa kuvausten, lähestymistapojen ja lueteltujen piirteiden tarkastelua, jotta tulevaisuustietoisuuden ulottuvuudet voitiin rakentaa. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 5.) Tulevaisuustietoisuuden rinnakkaisia käsitteitä ovat muun muassa *ennakointi (anticipation, foresight)*, *tulevaisuusorientaatio, prospektiivinen asenne (prospective attitude)*, *tulevaisuuslukutaito* sekä *tulevaisuusperintö*. Lisäksi tulevaisuustietoisuuden mallin kehittämisessä on hyödynnetty *hyödyllisimmän tiedon (the most useful knowledge)* ja *tulevaisuutta koskevien faktojen (future facts)* käsitteitä, jotka ovat niin ikään tulevaisuustietoisuuden kanssa rinnakkaisia (Bell, 1997).

*Ennakointi (anticipation, foresight)* on käsitteenä sateenvarjomaisen laaja, ja liittyy ilmiönä tulevaisuuden ajatteluun, tulevaisuudesta tietämiseen ja tulevaisuuden hyödyntämiseen sekä yksilö- että organisaatiotasolla (Miller ym., 2018, Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin, 2018, s. 4 mukaan). Ennakointia voidaan määritellä tulevaisuuden käyttämiseksi nykyhetkellä, eli ennakointiajattelussa tulevaisuus ohjaa tällä hetkellä tehtäviä päätöksiä (Poli, 2014, Ahvenharjun, 2022, s. 23 mukaan). Ennakointia voidaan toteuttaa muun muassa havainnoimalla megatrendejä, trendejä sekä heikkoja signaaleja ympäristöstä (Hiltunen, 2012, s. 177).

*Tulevaisuusorientaatio* on tulevaisuustietoisuutta suppeampi käsite, johon liittyvässä keskustelussa on tulevaisuustietoisuuden kanssa samanlaisia näkökulmia esimerkiksi aikakäsityksen ja yksilön vaikuttamismahdollisuuksien suhteen (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 3–4; Lalot ym., 2020, s. 874). Tulevaisuusorientaatiossa keskeistä on tulevaisuuden motivoiva vaikutus yksilön toimintaan. Tulevaisuusorientaation käsitettä hyödynnetään sekä psykologian että tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen aloilla. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 3.)

Kun pitkän aikavälin tulevaisuuksia tarkastellaan laajemmin, keskitytään parantamaan tämän hetken päätöksentekoa tarkkojen ennusteiden sijaan ja uskalletaan käyttää mielikuvitusta ja ottaa riskejä, on kyseessä *prospektiivisen asenteen* käsite, joka on hieman tulevaisuustietoisuutta suppeampi käsite (Durance, 2010, Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin, 2018, s. 4 mukaan). Käsitettä on käytetty tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksessa jo pitkään. Pitkän aikavälin ajattelulla ja mielikuvitusta hyödyntämällä pyritään tarkan ennustamisen sijaan vaikuttamaan tähän hetkeen tulevaisuutta parantavalla tavalla. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 4.)

*Tulevaisuuslukutaito* määritellään kykynä käyttää tulevaisuutta nykyhetkellä. Tulevaisuuslukutaito on opittu ja kehitettävä taito, jonka avulla voidaan kehittää, pohtia ja tulkita tarinoita mahdollisista, todennäköisistä ja haluttavista tulevaisuuksista. (Ahvenharju, 2022, s. 23; Miller, 2007, Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin, 2018, s. 5 mukaan.) Tulevaisuuslukutaidon avulla voidaan parantaa organisaatioiden ja yhteiskuntien ennakoitaitoja, ja se on siten esimerkiksi ennakoitaitoa normatiivisempi käsite. Tulevaisuuslukutaito auttaa yksilöä luomaan, analysoimaan ja kyseenalaistamaan tulevaisuudesta esitettyä tietoa. Tulevaisuustietoisuuteen verrattuna tulevaisuuslukutaidon käsite keskittyy voimakkaammin kognitiiviseen ja analyyttiseen ajattelun kehitykseen laajemman psykologisten prosessien kirjon sijasta. Sekä tulevaisuustietoisuus että tulevaisuuslukutaito ovat keskeisiä taitoja nykyhetken maailmassa, ja auttavat tunnistamaan oman elämän täyden potentiaalin sekä luomaan parempaa yhteistä tulevaisuutta. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 5; Ahvenharju & Pouri-Mikkola, 2022, s. 396–397.)

*Tulevaisuusperintö* on keino, jonka avulla ihmiset voivat omaehtoisesti ja yhdessä luoda heille merkityksellisiä taitoja kulttuurisen kestävyysmurroksen toteuttamiseksi (Siivonen, 2022, s. 444). Tulevaisuusperinnön käsite on tulevaisuustietoisuutta kokonaisvaltaisempi, ja keskittyy erityisesti kulttuuriin ja eettisiin näkemyksiin tulevaisuudesta ja siihen vaikuttamisesta. Tulevaisuusperintö on kulttuuriperinnön muoto, jonka tarkoituksena on rakentaa kestävää tulevaisuutta kehittämällä taitoja ja toimintaa, joiden avulla voidaan yhdessä muiden kanssa muuntaa kulttuuria niin, että se

voi asettua luonnon kantokyvyn rajoihin. Tulevaisuusperinnön tavoitteena on muuntaa kulttuuria, ei säilyttää sitä sellaisenaan. Jokaisella on mahdollisuus aktiiviseen eettiseen pohdintaan omaa toimintaansa koskien, ja tulevaisuusperinnön ajatus voi toimia ainoastaan ihmisten omaehtoisen osallisuuden kautta. Tulevaisuusperintö on pohjimmiltaan ymmärrystä ihmisen asemasta luonnon kokonaisuudessa sekä taitoja siinä toimimiseen. Tulevaisuusperintö on olemassa ihmisten ajatuksissa ja toimissa suhteessa aineelliseen maailmaan. (Siivonen, 2022, s. 452–453.)

Bellin (1997) mukaan tieto tulevaisuudesta on hyödyllisintä sekä yksilöille että yhteisöille, jotta voimme luovia maailmassa onnistuneesti. Arjessa selvitäksemme meidän tulee tuntea tulevaisuutta, ja esimerkiksi asettaa tavoitteita, varautua ja kohdistaa tulevaisuuteen tietynlaisia odotuksia. Parempi tieto tulevaisuudesta helpottaa toimintamme suunnittelua. (Bell, 1997, s. 144–145.) Tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen keskeinen paradoksi syntyy *tulevaisuutta koskevista faktoista*: miten voidaan tutkia sellaista, mistä ei ole olemassa faktoja? Tulevaisuus ei ole ilmeinen eikä havainnoitavissa, joten siitä ei ole olemassa faktoja, vaikka voimmekin tietää joitakin asioita käytännössä varmasti, esimerkiksi sen, että aurinko nousee tulevallakin viikolla joka päivä. Tulevaisuus ei ole faktaa ennen kuin se muuttuu menneisyydeksi, joten tulevaisuudesta puhuessamme tunnistamme lausumamme ehdollisiksi. (Bell, 1997, s. 148–150.)



## 4. AINEISTOT JA MENETELMÄT

Tutkimukseni kiinnittyy laadulliseen tutkimusperinteeseen ja sosiaalisen konstruktionismin paradigmaan. Analyysimenetelmäni on diskurssianalyysi. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa tarkastellaan useimmiten kokonaisuutena, joka valottaa jonkin ilmiön rakennetta (Alasuutari, 2011). Laadullisessa analyysissä tarkastellaan inhimillisiä merkityksiä. Diskurssianalyysi keskittyy erityisesti tapaan, jolla merkityksiä aineistossa tuotetaan. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 87.)

Tässä luvussa esittelen menetelmiäni ja aineistoani. Aloitan käsittelemällä tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen epistemologiaa sekä diskurssianalyysin tieteenfilosofisia lähtökohtia, ja jatkan analyysimenetelmän, mediatekstien diskurssianalyysin, esittelyllä. Luvun neljännessä osassa avaatan aineistoni keruuta ja sisältöä. Lopuksi käsittelemän tutkimusetiikkaa ja tutkijan positiota.

### 4.1 Tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen epistemologia

Koska tulevaisuus on ontologisesti luonteeltaan erilainen kuin menneisyys tai nykyhetki (esim. Bell, 1997), tulee pohtia sen epistemologista lähestymistä. Tulevaisuuskäsitteiden tutkijat eivät ole yksimielisiä sopivasta tietoteoriasta, vaikka jokainen tutkija tukeutuu joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti johonkin epistemologiseen lähestymistapaan (esim. Bell, 1997, s. 235). Yksi tulevaisuuskäsitteiden tutkimukseen Bellin (1997) mukaan sopivista tietoteorioista on kriittinen realismi, joka yhdistää elementtejä positivistisesta ja postpositivistisesta lähestymistavasta (Bell, 1997, s. 236). Sosiaalisen konstruktionismin näkökulmasta tulevaisuus nähdään sosiaalisesti rakentuneena, monien valtasuhteiden värittämänä ilmiönä (esim. Inayatullah, 1990, s. 136).

Inayatullah (1990) jakaa tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen kolmeen erilaiseen epistemologiseen lähestymistapaan. Ennustava-empiirinen lähestymistapa ennustaa tulevaisuutta ikään kuin nykyhetkeä toisintamalla. Ennusteita toteutetaan usein kvantitatiivisin menetelmin, ja tavoitteena on saada aikaan tulevaisuuden uudelleenajattelua ja toimivaa päätöksentekoa. (Inayatullah, 1990, s. 115–120.) Tulevaisuuskäsitteiden tutkimuksen toinen lähestymistapa on kulttuurinen-tulkitseva, jonka keskiössä on valtasuhteiden jatkuva uudelleenjärjestely ja erilaisten kulttuurien tulevaisuuskäsitteiden tunnistaminen. Keskeinen oletus on se, ettei todellista tulevaisuutta voida muodostaa, koska kulttuureilla on keskenään erilaisia tulevaisuuskäsitteitä. Toisaalta kulttuurin-

tulkitseva lähestymistapa voi johtaa tilanteeseen, jossa mikä tahansa tulevaisuus on yhtä hyvä kuin muut, ja näkymä tulevaisuuteen menetetään. Kulttuurinen-tulkitseva lähestymistapa argumentoi sellaisen tulevaisuuskäsitteellisen tutkimuksen puolesta, joka tunnistaa vaihtoehtoisten maailmankatsomusten olemassaolon ja pyrkii tarjoamaan metodologioita ja tulevaisuuskuvia halki kulttuurisen tilan ja ajan. (Inayatullah, 1990, s. 122–127.)

Kolmas lähestymistapa on kriittinen ja perustuu muun muassa Foucault'n ajatuksille. Todellisuus – ja siten myös tulevaisuus – on sosiaalinen konstruktio, järjestelmä, joka määrittää tapoja nähdä, puhua ja käyttää kieltä ja luoda maailmaa. Kriittinen lähestymistapa ei etsi parempia tapoja ennustaa tulevaisuutta, vaan pyrkii tekemään nykyisyydestä merkittävää, koska nykyisyydenkin synnyn taustalla vaikuttavat tietyt syyt. Nämä syyt ovat estäneet toisenlaisten nykyisyyksien syntyä. Kriittisessä lähestymistavassa tulevaisuus nähdään historiallisten tapahtumien ja trendien lopputuloksena, ei niinkään ”ikuisena” entiteettinä, joka voidaan ymmärtää ja jota voidaan muovata vaikkapa työpajoissa. Tulevaisuus konstruoidaan kielessä, joten tulevaisuus on diskursiivinen. (Inayatullah, 1990, s. 128–134.) Koska tutkimukseni on konstruktionistinen ja analysoin aineistoani diskurssianalyysin menetelmin, tukeudun Inayatullahin määrittelemään kriittiseen lähestymistapaan, jossa tulevaisuus rakentuu kielenkäytössä ja nykyisyydellä on keskeinen rooli tulevaisuuden muovaamisessa.

Voidakseen elää hyvää elämää ihmisten tulee hyödyntää parhaita saatavilla olevia metodeja muodostaakseen mielipiteitä tulevaisuudesta. Mielipiteiden avulla toimintaa voidaan suunnitella ja projekteja toteuttaa. Mielipiteitä muodostetaan menneisyyttä koskevan tiedon varassa, ja siten ne perustuvat usein spekulatiivisille ”loikille”. Tietoa menneisyyden tapahtumien syistä ja seurauksista käytetään hyödyksi, jotta tulevaisuuden tapahtumia voidaan kontrolloida tai niihin voidaan mukautua omien tekojen avulla. (Bell, 1997, s. 224.) Tulevaisuuskäsitteelliset tutkijat pyrkivät jälkiviisauden sijaan ennakointiin ja mahdollisten tulevaisuuksien tunnistamiseen spekuloiden, vaistojaan seuraten, järkeillen, luovasti ideoiden ja erilaisia, järjettömiltäkin tuntuvia vaihtoehtoja punniten. Menneisyyttä ja nykyisyyttä koskevaa tietoa hyödynnetään, jotta voidaan rakentaa vastaavan kaltaista tietoa tulevaisuudesta. Tulevaisuutta koskevien ennustusten ja uskomusten tulee kestää kritiikkiä ja koettelua, jotta ne voidaan oikeuttaa. Oikeutetutkin ennusteet voivat kuitenkin osoittautua epätosiksi olosuhteiden muuttuessa. Toisaalta tulevaisuutta koskevat ennusteet itsessään voivat muuttaa olosuhteita, jotka edelleen vaikuttavat ennusteen toteutumisen todennäköisyyksiin ja mahdollisuuksiin. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 1; Bell, 1997, s. 237–238.)

Tulevaisuuskientutkimus on itsetietoinen ja refleksiivinen tieteenala (esim. Bell, 1997, s. 237), jonka useat oletetut totuudet perustuvat yksilöiden havainnointikykyihin. Tulevaisuus on asia, jota ei ole faktuaalisena olemassa, vaikka sitä pyritään ennakoimaan ja ennustamaan. Erilaiset havainnot saavat aikaan erilaisia käsityksiä maailmasta, tulevaisuudesta ja totuudesta, ja voidaan ajatella totuuksien rakentuvan ihmisten välillä, erilaisia havaintoja jaettaessa. Siksi tulevaisuuskientutkimuksen ja sosiaalisen konstruktionismin lähestymistavat sopivat tutkimuksessani perustellusti yhteen. Myös matkailu on ilmiönä sosiaalinen konstruktio, johon kiinnittyviä merkityksiä ylläpidetään ja jaetaan erilaisissa toiminnoissa, perinteissä, kielissä ja symboleissa (esim. Pernecky, 2012).

#### 4.2 Diskurssianalyysin tieteenfilosofiset lähtökohdat

Diskurssianalyysi on osa sosiaalisen konstruktionismin laajempaa teoreettista viitekehystä (Jokinen, 2016, s. 250–251). Sosiaalinen konstruktionismi on teoreettinen orientaatio, joka kattaa useita erilaisia lähestymistapoja tutkimuksen tekemiseen. Keskeistä on välttää oletuksia siitä, millainen maailma on, koska tavat ymmärtää, kategorisoida ja käsitteellistää maailmaa riippuvat ajasta, paikasta ja kulttuurista, joita tarkastellaan. (Burr, 2015, s. 1–4.) Tietoa ylläpidetään ja tuotetaan sosiaalisissa prosesseissa. Tietomme ja tapamme ymmärtää maailmaa rakentuvat ihmisten välisessä päivittäisessä vuorovaikutuksessa. Tieto ei ole suora havainto todellisuudesta, vaan kulttuurit ja yhteiskunnat luovat omat versionsa todellisuudesta vuorovaikutuksessa ihmisten välillä. (Burr, 2015, s. 4, 9.)

Kieli on konstruktioprosessin ydin, ja toimii pohjana kaikille ajatuksillemme mahdollistaen kategorioinnin, kokemusten osiin jakamisen sekä merkitysten antamisen (Burr, 2015, s. 52, 71). Tutkijan tulee nähdä tutkimus yhteistuottamisena itsensä ja tutkittavien ihmisten tai ilmiöiden välillä. Objektiivisuus on sosiaaliselle konstruktionismille mahdottomuus, koska jokainen kohtaa maailman omasta näkökulmastaan, ja tämä näkökulma ohjaa myös tutkijan toimintaa esimerkiksi kysymysten muotoilussa ja teorioiden valinnassa. (Burr, 2015, s. 172.) Tutkijan tulee toisaalta myös rakentaa tekstejään niin, että ne ovat kulttuurisesti ymmärrettävissä – tutkijankaan kieli ei ole yksiselitteistä todellisuuden kuvaamista, vaan konstruktivistista samaan tapaan kuin muu kielenkäyttö (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016, s. 31). Tulkinnoille ei tavoitella faktan statusta, koska tulkintojen yleistäminen ei ole mahdollista tai mielekäästä. Tarkoituksena on kuitenkin tehdä

perusteltuja ja yksityiskohtaiseen analyysiin perustuvia tulkintoja kielenkäytöstä. (Juhila & Suoninen, 1999, s. 234.)

Diskurssianalyysi on useista teoreettisista lähtöoletuksista rakentuva viitekehys. Kielenkäytön oletetaan rakentavan sosiaalista todellisuutta. Kielenkäyttö ei ole vain maailman kuvailua vaan myös sosiaalisen todellisuutemme merkityksellistämistä, jäsentämistä, rakentamista, uusintamista ja muuntamista. Kieltä jäsennetään ”sosiaalisesti jaettuina merkityssysteemeinä, jotka syntyvät merkitysten suhteissa toisiinsa”. Merkityssysteemejä oletetaan olevan useita, sekä rinnakkaisia että keskenään kilpailevia, ja yksi kielenkäyttäjä voi liikkua useilla merkitysalueilla. Merkityksellinen toiminta oletetaan kontekstisidonnaiseksi. Konteksti eli tapahtumatilanne on diskursiivisen maailman aineiston analyysia rikastuttava ominaisuus, jonka avulla tulkinta voidaan suhteuttaa tiettyinä aikana ja tietyssä paikassa toteutuvaan kielenkäyttöön. Toimijoiden oletetaan olevan merkityssysteemeihin kiinnittyneitä. Diskurssianalyttisen tarkastelun keskeisin kohde ei ole yksilö vaan sosiaaliset käytännöt, joita toiminnassa tuotetaan, koska ihmiset ovat merkityssysteemien sisällä, niiden osallisina. Kielenkäyttö tuottaa oletuksena seurauksia. Kaikilla lausumilla samanaikaisesti sekä kuvataan että tehdään jotain, joten kielen käyttäminen on yhtäaikaaisesti todellisuuden luonteesta tehtäviä väittämiä sekä todellisuuden rakentamista. (Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016.) Aineistossani puhuvat toimijat rakentavat tulevaisuutta puheessaan, ja samanaikaisesti merkityksellistävät tulevaisuutta.

Diskurssin käsite voidaan määritellä usein eri tavoin. Diskurssit ovat kulttuurisidonnaisia ja muuttuvat sekä ajallisesti että paikallisesti (Lehtonen, 1996, s. 32). Diskurssit on tehty merkeistä, mutta ne eivät ole pelkkiä merkkikokonaisuuksia vaan käytäntöjä, joilla on omat sääntönsä kohteiden järjestystä määrittämässä (Foucault, 2005, s. 68–69). Foucault (2005, s. 116–117) määrittelee diskurssin lausumien ryhmäksi, joka mahdollistaa tietynlaisesta tiedosta puhumisen eli tiedon representoinnin ja aiheen näkemisen tietyllä tavalla. Tietty diskurssi myös rajoittaa muita mahdollisia aiheen esittämisen tapoja. Diskurssianalyysissa keskitytään kielenkäyttöön tekoina ja toimintana: puheessa kohde merkityksellistetään eli konstruoidaan (Jokinen, 2016). Diskurssit ovat siten esityksiä todellisuudesta ja puhujien ajatuksista, eivät todellisuutta tai ajatuksia sellaisenaan.

Kaikki diskurssit sisältävät jonkin käsityksen todellisuudesta, ja voivat joko tukea toisiaan tai sulkea toisensa pois (Lehtonen, 1996, s. 68, 70). Diskurssi on ”suhteellisen kiinteä merkityssuhteiden systeemi, jonka puitteissa tietynlaista todellisuutta on mahdollista tehdä ymmärrettäväksi” (Valtonen, 1998, s. 97). Diskurssien avulla ”rakennetaan ja kommunikoidaan käsitystä siitä,

millainen jokin asia on” (Siltaoja & Sorsa, 2020, s. 219). Diskurssit eivät ole pysyviä tai yleispäteviä, vaan muuttuvat jatkuvasti, ja vaikuttavat tapaamme käyttää kieltä ja tuottaa representaatioita (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 78). Diskurssi on tapa esittää jokin asia ”tietyissä valossa”, eli kyse on tietystä puhetavasta. Diskurssi on kokoelma merkityksiä, metaforia, representaatioita, kuvia, tarinoita ja toteamuksia, jotka yhdessä tuottavat asiasta tietyn version. (Burr, 2015, s. 74–75; Väliverronen, 1998, s. 20.) Esimerkiksi ulkomaanmatkailu voidaan esittää yhtäältä rentouttavana pakona arjesta, toisaalta ilmastonmuutosta kiihdyttävänä toimintana tai alueiden elinvoimaisuutta lisäävänä elinkeinona. Tutkielmassani määrittelen diskurssin Burrrin (2015) ja Väliverronenin (1998) näkemysten mukaisesti tietyn puhetavaksi, joka koostuu merkityksistä ja esityksistä tuottaen asiasta tietynlaisen version.

### 4.3 Mediatekstien diskurssianalyysi

Medialla tarkoitetaan televisiota, radiota ja lehdistöä, näiden verkkosivuja sekä sosiaalista mediaa (esim. Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 10). Laajimmillaan medialla tarkoitetaan koko länsimaisen journalismin hyvän journalistisen toiminnan periaatteita, toimintatraditioita ja ihanteita (Valtonen, 1998, s. 107–108). Media sisältää monipuolisen viestinnän kirjon joukkoviestinnästä erilaisiin ryhmäviestinnän ja keskinäisviestinnän muotoihin. Median voi määritellä myös kaikkeksi teknisten laitteiden avulla tapahtuvaksi viestinnäksi. (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 16.) Tutkimuksessani tarkoitan medialla Seppäsen ja Väliverronenin (2012, s. 10) määritelmän mukaisesti lehdistöä, erityisesti lehtien verkkosisältöjä, joista aineistoni koostuu.

Media-analyysi perustuu aina voimakkaasti tutkijan omille subjektiivisille tulkinnoille (Kantola, Moring & Väliverronen, 1998, s. 6). Mediatutkimuksen kohteita ovat erilaiset mediatuotteet sekä yleisön tavat suhtautua mediaan. Kielen ja tekstien tutkiminen on tärkeä osa mediatutkimuksen kenttää. (Väliverronen, 1998, s. 13–14.) Media muokkaa vuorovaikutuksen merkitysympäristöä, ei ainoastaan yksilöiden käyttäytymistä. Medialla on valtaa kritisoida ja valvoa yhteiskunnan vallankäyttäjiä, ja medioiden oma vaikutusvalta nähdään usein suostutteluna tai manipulaationa. (Väliverronen, 1993, s. 22–24.)

Median esitykset vaikuttavat ihmisiin, instituutioihin, yhteiskuntaan ja kulttuuriin monin eri tavoin, ja voi vaikuttaa esimerkiksi yksilöiden käyttäytymiseen (Perse & Lambe, 2016). Journalismi tuottaa todellisuutta koskevia esityksiä tiettyjen sääntöjen ja käytäntöjen pohjalta. Diskurssit muovaavat

puheena olevan asian lisäksi puhujia ja kuulijoita, ja ovat yhteiskunnallisia käytäntöjä julkisuuden moniäänisessä tilassa. Määrittelyvaltaa käyttävät median lisäksi mediatuotteissa esiintyvät lähteet eli ulkopuoliset henkilöt, ryhmät tai instituutiot. Journalistit ja journalistiset käytännöt eivät konstruoi todellisuutta koskevia esityksiä riippumattomasti, vaan mediassakin representoidaan ja toistetaan toisissa diskursseissa tuotettua. (Väliverronen, 1993, s. 28–32.)

Media kehystää käsiteltävää aihetta valittujen näkökulmien, sanojen ja kuvamateriaalin avulla. Median esitysten myötä aiheista tulee osa diskursseja eli laajempia yhteiskunnallisia ilmaisun tapoja. (Seppänen & Väliverronen, 2012.) Mediatekstit ovat viestintäprosessien lopputuotteita, joissa on jälkiä niiden tekijöistä, toisista teksteistä, instituutioista ja tekstin lukijoista (Väliverronen, 1998, s. 32). Usein sekä median edustaja että haastateltavat henkilöt edustavat instituutioita, joilla on omat säännöt ja periaatteet asioiden julki tuomisesta. Suuret yritykset voivat määritellä hyvin tarkasti sen, millaisia asioita haastateltava voi kertoa, ja kuka yrityksen puolesta mediassa puhuu. Toisaalta myös medially on omat ohjeensa ja rajansa, joita toimittajan oletetaan noudattavan. (Seppänen & Väliverronen, 2012, s. 90.)

#### 4.4 Aineiston keruu ja analyysin vaiheet

Koska lehtiartikkelit ja muut vastaavan kaltaiset tekstiaineistot ovat syntyneet tutkijasta riippumatta, ne ovat sopivia aineistoja diskurssianalyysin toteuttamiseen. Tällaisia aineistoja voidaan kutsua myös luonnollisiksi aineistoiksi. Luonnollisia aineistoja suositaan, sillä tavat, joilla merkitykset, retoriset keinot ja vuorovaikutuksen säännönmukaisuudet ovat aineistoissa läsnä, ovat ainutlaatuisia eivätkä välttämättä ole muutoin havaittavissa. (Juhila & Suoninen, 1999, s. 236–237.) Aineistoni on esitys matkailun tulevaisuutta koskevista puheenvuoroista tiettyä aikana tietyissä medioissa, ja siten ainutlaatuinen merkitysten kokoelma.

Aineistoni koostuu 29 suomenkielisestä uutisartikkelista, joista 8 on julkaistu *Helsingin Sanomissa*, 9 *Ylellä*, 5 *Iltta-Sanomissa* ja 7 *Iltalehdessä* (ks. liite 1). Valitsin juuri kyseiset mediat, koska niiden lukijamäärät ovat suuria ja niitä pidetään luotettavina uutislähteinä (esim. Reuters-instituutti, 2022). Halusin erityisesti keskittyä suuriin valtamedioihin, joten en valinnut esimerkiksi maakuntalehtiä tai muita pienempiä medioita aineistooni, koska erityisesti suuret mediat ohjaavat julkista keskustelua ja siten voimakkaimmin muokkaavat mielipiteitä ja asenteita (esim. Perse & Lambe, 2016; Schweinsberg, Darcy & Cheng, 2017).

Hain aineiston medioiden verkkosivuilta helmikuussa 2023 hakusanoilla ”matkailu”, ”turismi” ja ”tulevaisuus”. Käytin haussa sekä medioiden verkkosivujen omia hakutyökaluja että Googlea. Kävin läpi löytämäni artikkelit ja valitsin vain aiheeseeni liittyvät artikkelit mukaan aineistooni. Valitsin matkailun tulevaisuutta käsitteleviä uutisartikkeleita, jotka ovat uutisia laajempia. Uutisartikkeleihin on usein haastateltu ihmisiä tai niissä on hyödynnetty erilaisia kirjallisia lähteitä. En asettanut artikkelien valinnalle muita rajoituksia kuin julkaisuajankohdan ja sen, että artikkeli käsittelee matkailun tulevaisuutta jollakin tavalla. Valitsin artikkeleita, jotka on julkaistu viimeisimmän kuuden vuoden aikana saadakseni tutkimukseeni mukaan aineistoa myös vuosilta ennen koronapandemian merkittävää vaikutusta matkailuun, jotta voin tarkastella mahdollisia pandemian aikaansaamia muutoksia matkailun tulevaisuuskuvin. Suurin osa aineistostani on vuosilta 2020–2022. Lisäksi mukana on muutamia artikkeleita vuosilta 2017, 2018, 2019 ja 2023 (taulukko 1). Koronapandemian aiheuttama poikkeustilanne vuosina 2020–2022 todennäköisesti lisäsi matkailun tulevaisuutta koskevien artikkelien määrää, koska matkailun kieltäminen tai sen välttämiseen kehottaminen johtivat matkailualan syvään kriisiin, josta uutisoitiin pandemia-aikana paljon.

*Taulukko 1. Kerätty aineisto*

Vuosi	HS	Yle	IS	IL	Yhteensä
2023	1	1	1		3
2022	2	1	3	5	11
2021	3	1	1		5
2020	2	2			4
2019		1		2	3
2018		1			1
2017		2			2
<b>Yhteensä</b>	8	9	5	7	29

Kerättyäni aineiston kokosin kaikki artikkelit omiin Word-tiedostoihinsa helpottaakseni aineiston käsittelyä ja varmistaakseni aineiston säilymisen sellaisenaan tutkimusprosessin ajan. Numeroin aineiston muodostaen jokaisen median artikkeleista omat kokonaisuutensa: *Helsingin Sanomat* (H1–H8), *Yle* (Y1–Y9), *Ilta-Sanomat* (IS1–IS5) ja *Iltalehti* (IL1–IL7). Käsittelin aineistoja erikseen ja yhdessä voidakseni sekä muodostaa kokonaiskuvan että vertailla medioiden eroja. Tekstissä aineisto-otteet on kursivoitu ja sisennetty, ja niistä käy ilmi myös, kenen toimijan sanomisesta on

kyse, sekä minä vuonna artikkeli on julkaistu. Aineiston käsittelyä helpottaakseni taulukoin media-artikkelien aiheet ja tekstien puhujat (taulukko 2).

*Taulukko 2. Aineiston mediatekstien aiheet ja puhujat*

Mediatekstin tunnus	Tekstin aihe	Tekstin puhujat
H1	Tampere matkailukaupunkina	toimittaja, markkinointi- ja viestintäpäällikkö
H2	Hotellihankkeet Helsingissä	toimittaja, matkailupäällikkö, kiinteistökehityspäällikkö, arkkitehtitoimiston toimitusjohtaja, kaupallinen johtaja, hotelliketjun edustaja, kehitysyhtiön hallituksen puheenjohtaja, hotellinjohtaja, professori
H3	Tampereen kehittyminen ja vetovoima	toimittaja, ohjelmistosuunnittelija, opiskelija, kilpailukykyjohtaja, kuntalainen, matkailija, elinkeinojohtaja, konsulttitoimiston johtava asiantuntija
H4	Matkailun tulevaisuus koronapandemian jälkeen	toimittaja, professori, tutkimuspäällikkö
H5	Etlan skenaariot matkailun tulevaisuudesta	toimittaja, matkailualan toimijat
H6	Kotimaanmatkailu	toimittaja, toimitusjohtaja, yliaktuaari
H7	Koronapandemian vaikutukset matkailuun	toimittaja, tutkimuspäällikkö, professori
H8	Koronapandemian myötävaikutus kotimaanmatkailuun	toimittaja, yliaktuaari, pääekonomisti
Y1	Perheiden talvilomat	toimittaja, toimitusjohtaja, maajohtaja, myynti- ja markkinointijohtaja, varatoimitusjohtaja
Y2	Hotellihankkeet Helsingissä	toimittaja, matkailupäällikkö, tennisvalmentaja, arkkitehti, kehityspäällikkö, tutkimusjohtaja
Y3	Matkailun virtuaalisuus	toimittaja, luova johtaja, kuraattori, koulutusnäyttelijä, futuristi
Y4	Maalle muuttamisen kasvava suosio	toimittaja, tulevaisuusasiantuntija, ympäristötutkija, toimitusjohtaja
Y5	Lapin matkailun nuoria työllistävä vaikutus	toimittaja, työnjohtaja, matkailutyöntekijä, matkailun osaamisalavastaava, matkailualan opiskelija
Y6	Teknologisten innovaatioiden vaikutus matkailuun tulevaisuudessa	toimittaja, tutkimuspäällikkö, ennakointiasiantuntija, yliopistonlehtori, tutkimusjohtaja, futuristi
Y7	Tulevaisuuden lentomatkailu	toimittaja, tutkimusryhmä, tulevaisuustutkija, lentoyhtiön ympäristöpäällikkö, ilmailuorganisaation edustaja
Y8	Tulevaisuuden laivamatkailu	toimittaja (lähteet mainittu jutun lopussa)
Y9	Tulevaisuuden junamatkailu	toimittaja (lähteet mainittu jutun lopussa)



IS1	Hotellien ja ravintoloiden myynnin kasvu	toimittaja, pääjohtaja
IS2	Suomen vetovoimatekijät matkakohteena	toimittaja, matkailuyrittäjä
IS3	Kauppakeskuksen palo ja jälleenrakentaminen	toimittaja, kauppias
IS4	Hintojen nousun vaikutukset arkeen	toimittaja, lukijat
IS5	Matkailun tulevaisuus korona-ajan jälkeen	toimittaja
IL1	Meri-Lapin matkailun elävöittäminen höyryjunaelämyksen avulla	toimittaja, matkailualan toimija, toimitusjohtaja, veturitalin omistaja
IL2	Lapin matkailu koronapandemian jälkeen ja nousevien hintojen aikana	toimittaja, matkailuasiantuntija, museokauppavastaava, markkinointijohtaja, toimitusjohtaja
IL3	Uusi puumajainnovaatio pyrkii muuttamaan tapojamme matkailla	toimittaja, suunnittelija
IL4	Sveitsin matkailun toipuminen korona-ajasta	toimittaja, hiihto- ja vapaa-ajankeskuksen johtaja, hissiyhtiön edustaja, hotellinjohtaja, matkailupäällikkö, matkatoimistoyrittäjä
IL5	Ukrainan sodan vaikutukset Suomen matkailuun	toimittaja, aluejohtaja, toimitusjohtaja
IL6	Tulevaisuustutkijan näkemys matkailun tulevaisuudesta	toimittaja, futuristi
IL7	Tulevaisuuden erilaiset matkailijatyyppit	toimittaja, futuristi

Analyysivaiheen aluksi luin aineistoni läpi useaan kertaan tehden samalla muistiinpanoja teemoista, joita teksteissä nostettiin esiin. Samalla kirjasin ylös mediatekstien puhujat. Analyysia tehdessäni tukeuduin diskurssianalyysikirjallisuuteen (esim. Jokinen, Suoninen & Juhila, 1999; Kantola, Moring & Väliverronen, 1998). Luin aineistoni läpi useaan kertaan ja kirjasin ylös keskeisimmät teemat omiin tiedostoihinsa. Kun hahmotin aineistoni kokonaisuutena paremmin, aloin vertailla puheenvuorojen teemoja ja erilaisia puhetapoja etsien yhteyksiä ja eroja sekä eri artikkelien että eri mediatalojen välillä. Aineistostani hahmottui lopulta kolme puhetapaa eli diskurssia, joihin suurimmat teemat sisältyivät: *matkailun valoisa tulevaisuus*, *muuttunut matkailu* ja *epävaka matkailu*.

#### 4.5 Tutkimusetiikka ja tutkijan positio

Internet voi toimia sekä tutkimuksen kohteena, tutkimusvälineenä että aineiston lähteenä (esim. Kuula, 2011, s. 169). Tutkielmassani internet on aineiston lähteen roolissa, koska olen valinnut aineistoni artikkelit mediatalojen verkkosivuilta. Mediatekstit ovat monitulkintaisia, eikä

objektiivisuus siten ole tutkimusasetelmassani mahdollista: olen tutkijana kulttuurinen toimija siinä missä kuka tahansa muukin. Tulosten luotettavuutta voidaan sen sijaan arvioida teoreettisen viitekehysten ja tekemieni rajausten perusteella. Teoreettinen viitekehys perustelee tulkintoja, joita mediateksteistä teen. (ks. Juhila, 1999, s. 201; Väliaverron, 1998, s. 15.) Tutkijan vuoropuhelu aineiston kanssa nostaa tiettyjä merkityspotentiaaleja esiin, mikä voi myös luoda haasteita aineiston moninaisuuden säilyttämiselle tulkintoja tehtäessä (Jokinen & Juhila, 2016, s. 103). Tutkielmaproessini aikana olen pyrkinyt säilyttämään aineiston monimuotoisuuden esimerkiksi valitsemalla sitaattit huolellisesti, välttämällä tietyn artikkelin, puhujan tai mediatalon suosimista.

Tiedon luotettavuuteen ja tarkistettavuuteen vaikuttavat tutkimusaineistojen keruu, käsittely ja arkistointi, joiden tulee tapahtua asianmukaisella tavalla (Kuula, 2011, s. 24–25). Aineistoni koostuu uutisartikkeleista, jotka ovat julkista tietoa, eivät arkaluontoisia tai salassa pidettäviä dokumentteja. Artikkeleissa mahdollisesti esiintyvien haastateltavien ja yritysten nimet olen jättänyt tutkielmastani pois, koska niillä ei ole ollut analyysin kannalta merkitystä. Olen luettellonut aineistoni liitteeksi tutkielman loppuun, ja tulosluvuissani aineisto-otteiden lähteet ovat selkeästi näkyvissä.

Laadullisessa tutkimuksessa voidaan käyttää hyvin monenlaisia aineistoja, joita voidaan tutkia useilla erilaisilla menetelmillä (Vuori, a). Tyypillisesti laadulliset aineistot ovat laajoja. Media-aineistot ovat usein multimodaalisia eli sisältävät tekstin lisäksi esimerkiksi kuva- ja videomateriaalia (Vuori, b). Tutkimuksessani jätän artikkelien mahdolliset kuvat ja videot analyysini ulkopuolelle, koska olen kiinnostunut erityisesti kirjoitetussa tekstissä välitetyistä merkityksistä.

Sosiaalisen konstruktionismin paradigman mukaisesti tutkijalla on merkittävä rooli tutkimansa ilmiön rakentajana (esim. Burr, 2015; Jokinen, Juhila & Suoninen, 2016). Tutkimuksen tekijänä osallistun tulevaisuustietoisuuden ilmiön rakentamiseen matkailun tulevaisuutta koskevien mediatekstien osalta. Tutkijana paikannun matkailututkimuksen opiskelijaksi, joka seuraa aktiivisesti matkailua koskevaa julkista ja akateemista keskustelua sekä median uutisointia. En ole kytköksissä aineistoni tuottaneisiin medioihin millään tavalla, eikä tutkielmani ole saanut ulkopuolista rahoitusta. Tutkielmani aiheen olen valinnut itse. Olen osa kulttuuria, jota tutkin, ja tutkimusetiikan kannalta oma läheinen suhteeni tutkittavaan matkailuilmioon voi vaikuttaa tutkimustulosten rakentamiseen, vaikka pyrin toimimaan puolueettomasti ja objektiivisuutta tavoitellen läpi tutkimusproessin. Aineiston artikkelit ja niistä esiin nostamani asiat ovat omia

valintojani, ja toisen tutkijan tekemillä valinnoilla tutkimuksen lopullinen muoto olisi todennäköisesti erilainen. Tulkintani perustuvat kuitenkin aineiston systemaattiseen ja huolelliseen analyysiin.

## 5. MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSIT MEDIA-AINEISTOSSA

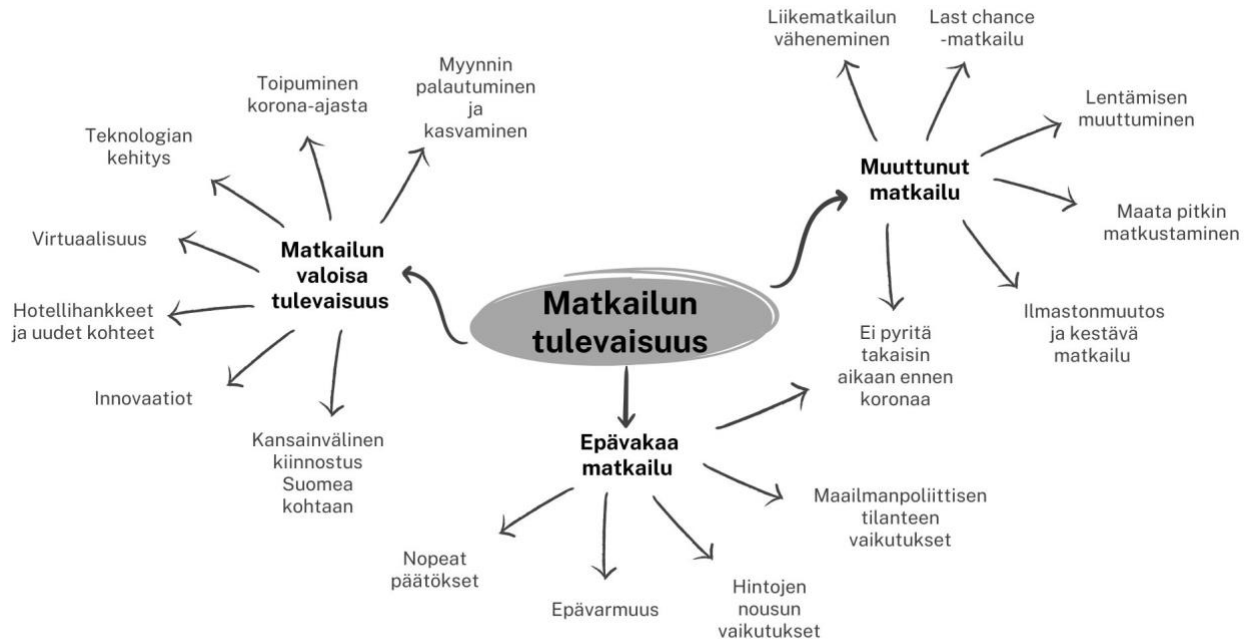
Aineistostani rakentuu kolme matkailun tulevaisuutta koskevaa diskurssia: matkailun valoisa tulevaisuus, muuttunut matkailu sekä epävakaa matkailu. Matkailun tulevaisuutta käsittelevissä mediateksteissä ilmennetään tulevaisuustietoisuutta usein eri tavoin, ja matkailun tulevaisuutta rakennetaan puheessa monipuolisin, sekä yhtenevin että ristiriitaisin tavoin.

Aineistoni artikkeleissa on selkeästi nähtävissä se, että ne sijoittuvat julkaisuajankohtansa puolesta korona-ajan jatkumolle: aineistoni artikkeleita on julkaistu ennen koronapandemiaa, sen aikana sekä sen jälkeen, ja tämä näkyy myös puhetavoissa. Korona-aika merkityksellistyy kaikissa kolmessa diskurssissa esimerkiksi myynnin palautumisen, bisnesmatkailun vähenemisen ja epävarmuuden korostumisena.

Tässä luvussa tarkastelen kolmen diskurssin rakentumista aineistossani, kutakin omassa alaluvussa, ja vastaan ensimmäiseen osakysymykseeni: *Miten matkailun tulevaisuus rakentuu diskursiivisesti?* Ensimmäinen alaluku toimii johdantona analyysilleni.

### 5.1 Matkailun tulevaisuus media-aineistossa

Aineistostani rakentuu kolme selkeästi toisistaan erottuvaa diskurssia (kuvio 1). Aineistoni media-artikkeleissa esiintyy toimijoita monilta yhteiskunnan aloilta ja alueilta: äänessä on niin matkailijoita, opiskelijoita, yritysjohtajia kuin asiantuntijoitakin (ks. taulukko 2). Toimijoilla tarkoitan aineistossani haastateltuja tai mainittuja henkilöitä sekä tekstin kirjoittaneita toimittajia. Eniten aineistossa toistuvat toimijoista yritysjohtajat, matkailualueiden tai -kohteiden päälliköt sekä asiantuntijat. Koska valitsin aineistooni erityisesti matkailun tulevaisuutta koskevia artikkeleita, asiantuntijoista merkittävä osa koostuu tulevaisuustutkijoista ja futuristeista.



Kuvio 1. Aineistosta rakentuvat diskurssit

Teksteissä on aina jälkiä niiden kirjoittajista ja instituutioista, joissa ne on tuotettu, ja myös aineistoni tekstit sisältävät jälkiä esimerkiksi toisista teksteistä ja lajityypeistä (ks. Väliaverron, 1998, s. 32). Artikkelin kirjoittanut toimittaja on tehnyt lukuisia valintoja haastateltavia valitessaan, kysymyksiä esittäessään sekä tekstiä lopulliseen artikkelimuotoon kirjoittaessaan. Mediateksteiltä vaaditaan tietynlaista sisältöä, muotoa ja rakenteita – tekstit paitsi kuvaavat myös rakentavat tilanteita. Aineistoni toimii tutkimuksessani näytteenä kielestä ja kulttuurista, joilla matkailun tulevaisuutta ja tulevaisuustietoisuutta esitetään media-artikkeleissa. (Valtonen, 1998, s. 106, 109.)

Media-artikkelien otsikointi rakentaa monipuolista kuvaa matkailun tulevaisuudesta. Osa otsikoista on voimakkaan optimistisia ja toivoa luovia, osassa esitetään varovaisen epävarmoja ja jopa pessimistisiä näkemyksiä matkailun kehittymisestä tulevaisuudessa.

*Kanaria ja Tallinna pysyvät perheiden kesto suosikkeina – koululaisten talvilomat nostavat pandemian hyödyttämän matkailun nousuun* (Y1, 2023, otsikko)

*Sveitsin matkailu toipuu korona-ajasta ontuen – ”Meillä on uusi uhka”* (IL4, 2022, otsikko)

Aineistossani matkailun tulevaisuuden diskurssit keskittyvät erityisesti muutokseen. Haasteista huolimatta matkailun tulevaisuuteen suhtaudutaan toiveikkaasti. Artikkelien puhujat esittävät, ettei matkailu todennäköisesti voi jatkua muuttumattomana, ja että matkailun jatkumista tulevaisuudessa uhkaavat monet tekijät, niistä merkittävimpinä ilmastonmuutos ja maailmanpoliittisen tilanteen muutokset (ks. kuvio 1). Koska suuri osa artikkeleistani on julkaistu aikana, jolloin koronarajoituksista oli jo pääasiallisesti luovuttu vuoden 2022 alussa (ks. taulukko 1), niissä korostuvat myös otsikkotasolla korona-ajan tuomat muutokset matkailuun.

*Koronavirus muuttaa matkailua, mutta totumme siihen, uskoo professori – Tutkijat kertovat, miltä turismin tulevaisuus näyttää* (H4, 2021, otsikko)

*”Nyt matkailun tuomiin ongelmiin on aika puuttua” – Asiantuntijat arvioivat, miten koronavirus muuttaa turismia.* (H7, 2020, otsikko)

Matkailun kasvu esitetään toivottavana erityisesti koronapandemian jälkeen. Aineistossa käytetään esimerkiksi ilmauksia *palautuminen* ja *toipuminen*, kun puhutaan korona-ajan jälkeisestä matkailusta. Toisaalta aineistoni artikkeleissa pohditaan myös, halutaanko matkailualalla takaisin aikaan ennen pandemiaa, vai tulisiko matkailun muuttua.

## 5.2 Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssi

*Haasteista huolimatta [matkailuyrittäjä] näkee tulevaisuuden Lapissa valoisana.* (IS2, 2022, matkailuyrittäjä)

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssi esiintyi aineistossani esimerkiksi puhuttaessa uusista hankkeista, teknologisista kehitysaskelista, innovaatioista, kansainvälisestä kiinnostuksesta Suomea kohtaan sekä matkailun toipumisesta korona-ajan jälkeen. Diskurssissa korostuu voimakas usko siihen, että matkailu tulee kasvamaan ja menestymään tulevaisuudessakin. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssi esiintyy useimmissa aineistoni artikkeleissa niiden julkaisuajankohdasta ja artikkelin julkaisesta mediatalosta riippumatta. Eniten matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssia on havaittavissa vuosina 2022 ja 2023 julkaistuissa artikkeleissa. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että matkailu alkoi vapautua koronapandemian jälkeen voimakkaimmin vuonna 2022.

*– – Matkailu alkaa lisääntyä sitä mukaa kuin maat avaavat jälleen rajojaan. Halu matkustaa ei ole kadonnut minnekään.* (H4, 2021, professori)

Koronapandemia on vakava uhka nykyisenkaltaiselle matkailulle, vaikka matkailu on sitkeä toimiala, joka pyrkii sopeutumaan muutoksiin (esim. Butler, 2020, s. 663). Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa korona-aika merkityksellistyy vain väliaikaisena esteenä matkailun kasvulle ja kehitykselle, ja matkailijoiden paluusta iloitaan.

*Kaikki mielellään näkisivät, että kulutus pian lisääntyisi ja saataisiin mahdollisimman moni yritys takaisin harjoittamaan kannattavaa liiketoimintaa.* (H8, 2020, pääekonomisti)

Kasvanutta matkailijoiden määrää kuvaillaan aineistossa esimerkiksi *erinomaiseksi* (IL4) ja *huimaksi* (IL2). Matkailualan toimijoiden puheesta välittyy se, että matkailua pyritään kasvattamaan edelleen tulevaisuudessa, ja pyritään jopa palaamaan samankaltaiseen matkailuun kuin ennen koronapandemiaa. Tämä vastaa aiempaa tutkimusta (Yildiz ym., 2022), jossa todettiin median esittävän korona-ajan pessimistisestä näkökulmasta: pandemia on uhka, jota vastaan tulee taistella ja joka johtaa menetyksiin. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa pandemia oli matkailualalle pakollinen pysähdys, jonka jälkeen voidaan jatkaa pyrkimyksiä kohti aiempia tavoitteita.

*YK:n alaisen Maailman turismijärjestön UNWTO:n tuoreimpien arvioiden mukaan kansainvälisellä matkailulla kestää kahdesta ja puolesta neljään vuotta palautua vuoden 2019 tasolle* (H4, 2021, toimittaja)

Media-artikkeleissa haastatellut asiantuntijat pohtivat, tulisiko matkailun palata samoihin uomiin kuin ennen korona-aikaa. Koronapandemian aiheuttamaa kriisiä matkailulle verrataan aiempiin merkittäviin kriiseihin, kuten New Yorkin terrori-iskuihin syyskuussa 2001 sekä Sars-epidemiaan vuonna 2003, vaikka koronapandemia on vaikutuksiltaan aiempia kriisejä merkittävämpi.

*Matkailu on ollut aina nopea toipumaan kriiseistä. ”Matkailijan muisti on lyhyt”.* (H7, 2020, professori)

Teknologian kehittyminen, virtuaalisuus ja uudet innovaatiot ovat merkittävä osa matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssia. Teknologiasta ja virtuaalisuudesta puhutaan eniten Ylellä julkaistuissa artikkeleissa. Virtuaalisuus voisi olla keino selviytyä kriisiaikoina, mutta myös tapa rikastaa matkailua entisestään.

*Tilaa on esimerkiksi kokemuksille, jotka voivat aloittaa matkakokemuksen jo ennen lähtöä tai toimia muistona matkan jälkeen. (Y3, 2021, luova johtaja)*

Kun aineistossa puhutaan matkailun virtuaalisista elementeistä, keskitytään paljon myös aikaan koronapandemian jälkeen, vaikka artikkeli olisi julkaistu keskellä korona-aikaa. Uusi teknologia sisältyy matkailun tulevaisuuteen pandemiasta huolimatta, ja pandemia tarjosi mahdollisuuden aloittaa virtuaalinen matkailu käytännössä. Teknologian kehitys mahdollistaa matkailulle lukuisia uusia ratkaisuja, ja voi esimerkiksi korvata työntekijöitä asiakaspalvelutehtävissä tai mahdollistaa palveluiden yksityiskohtaisemman räätälöinnin asiakkaan toiveiden mukaan (Bowen & Whalen, 2017, s. 593–594; Christou, 2022). Tulevaisuuden matkailussa etsitään tasapainoa virtuaalisen ja todellisen välillä (esim. Whittington, 2014, s. 382).

*Ihminen tulee tutkijoiden mukaan varmasti matkustamaan myös tulevaisuudessa, mutta esimerkiksi kulkuvälineet ja matkakohteet voivat muuttua. (Y6, 2019, toimittaja)*

Innovaatioita merkityksellistetään aineistossani usein eri tavoin, esimerkiksi puhuttaessa luksuspumajasta, joka on suunniteltu kannustamaan lähimatkailuun (IL3), sekä lentokoneiden kilpailijoista kuten ilmalaivoista tai hyperloop-kapseleista (Y6). Innovaatioiden avulla tavoitellaan kestävämpiä tapoja matkailla, ja kiinnostus niitä kohtaan on suurta esimerkiksi yrityksissä (Sánchez ym., 2022, s. 470–471).

Teknologiset edistysaskeleet ovat osa tapaa, jolla matkailu muuttuu tulevaisuudessa, ja esimerkiksi virtuaalimatkailu, liikenteen automatisointi ja virtuaalitodellisuuden hyödyntäminen ovat keskeisiä muutosta edistäviä tekijöitä. Esimerkiksi Yhdysvalloissa vuonna 2021 toteutetussa kyselytutkimuksessa vastaajat näkivät teknologian parhaana keinona vastata ilmastonmuutoksen aiheuttamaan haasteeseen. (Fletcher, Higham & Longnecker, 2021, s. 12–13.)

*Tulevaisuudessa ihmiset voivat nähdä uusia paikkoja entistä elävämmin virtuaalilasit päässä. – – Ihmisille [voi] olla yhdentekevää, matkustavatko he oikeasti vai kokevatko he matkan vain simuloidusti. (Y6, 2019, toimittaja, tutkimuspäällikkö)*

*Virtuaalitodellisuus luo uusia mahdollisuuksia ja voi olla houkutin matkailijalle, joka voi tutustua kohteeseen ennakkoon tai jopa matkailla ensin virtuaalisesti ja sen jälkeen siirtyä fyysisesti matkalle. ”– – Jos halutaan jollekin kertoa mitä kokemuksia on saatavilla esimerkiksi Lapissa, on hyvä, jos siitä voi antaa pienen maistiaisen”. (Y3, 2021, futuristi)*



Virtuaaliset elementit, kuten virtuaalinen vierailu kohteessa ennen matkustamista, ovat toistaiseksi nykyisenkaltaista matkailua rikastavia tekijöitä, jotka mahdollistavat fyysisesti mahdottomatkin matkakokemukset, kuten ajassa taaksepäin matkustamisen.

Koska liikkuminen lähtöalueelta kohdealueelle on keskeinen osa matkailua, teknologiset innovaatiot vaikuttavat matkailuun erityisesti itse matkustamisen osalta. Lentomatkustamisen ympäristöhaitat tunnistetaan laajasti, vaikka lentämisen suosio onkin kasvanut viime vuosikymmenten aikana, ja kasvun odotetaan jatkuvan. Lentämisestä aiheutuvien kasvihuonekaasupäästöjen odotetaan jopa kolminkertaistuvan vuoteen 2050 mennessä, vaikka lentojen energiatehokkuutta parannettaisiin. (esim. Hiltunen, 2019, s. 18.)

*Villeimpien skenaarioiden mukaan lentoliikenne voisi muuttua vuoteen 2050 mennessä lähes päästöttömäksi. (Y7, 2018, toimittaja)*

[Lentoyhtiössä] *ei uskota, että lentäminen vähenee. – – Kaikkiaan [ympäristöpäällikkö] ennustaa, että vuoteen 2050 mennessä lentäminen on tuplaantunut, mutta päästömäärät eivät tuplaannu teknologian ansiosta. (Y7, 2018, lentoyhtiön ympäristöpäällikkö)*

Teknologian odotetaan pelastavan matkailu tulevaisuuden ongelmilta, joten matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa se saa paljon painoarvoa. Lentomatkustamisen lisäksi myös laivamatkustamisessa teknologisille innovaatioille annetaan suuri rooli niin laivojen viihtyisyyden kuin niiden ympäristöystävällisyydenkin kannalta:

*Älyn ja tekniikan avulla laivan buffet-ravintola voi iltapäiväksi muuttua vaikkapa metsäksi, jossa matkustajat joogaavat, lueskelevat ja kuuntelevat musiikkia. (Y8, 2017, toimittaja)*

Teknologian kehityksessä Suomen matkailuala asetetaan edelläkävijän rooliin.

*Ensimmäisen idean kehittäjä tekee usein virheitä, joita hyvä kakkonen voi kehittää paremmiksi. ” – – Ei kannata olla välttämättä ensimmäinen, eikä hidas viides. Esimerkiksi matkailu voisi olla nopea kakkonen ja luoda uutta.” (Y3, 2021, futuristi)*

[Vuonna 2050] *Suomen ensimmäinen itseohjautuvien laivojen testausalue on toiminut Selkämerellä, Eurajoen edustalla jo pari vuosikymmentä. (Y8, 2017, toimittaja)*

Teknologiset edistysaskeleet voivat olla yksi tekijä, joka lisää kansainvälistä kiinnostusta Suomea kohtaan. Useissa aineistoni artikkeleissa korostetaan Suomen vetovoimaa ja nostetaan esiin

kansainvälinen kiinnostus esimerkiksi Helsinkiä, Tamperetta tai Lapin kohteita kohtaan. Kiinnostusta Suomeen perustellaan muun muassa luonnon, turvallisuuden ja nykyaikaisten ratkaisujen avulla.

*Ulkomaalaisille [matkailukohde] näyttäytyy usein paratiisina, jossa vaikutuksen tekevät etenkin hiljaisuus ja luonto. Korona-aikana pelkäävät se, että ulkona saa liikkua ilman maskia, on luksusta useimmille. (IS2, 2022, toimittaja)*

*Suomi on turvallinen maa, täällä ei ole yliturismia, täällä on hyvät palvelut, korkeatasoinen infra ja hygieniakysymykset hyvin hoidettuna. (H6, 2021, toimitusjohtaja)*

*Kansainvälinen kiinnostus lisääntyy kokoajan ja kansainvälisiä matkailijoita oli viime vuoden aikana jo paljon enemmän. (H1, 2023, markkinointi- ja viestintäpäällikkö)*

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa keskeisessä roolissa on matkailun maailmanlaajuinen kasvu, josta Suomen matkailukohteiden uskotaan tulevaisuudessa hyötyvän.

*– Ihmiset haluavat käydä paikoissa, joissa muut eivät ole käyneet. Matkakohteilta halutaan erikoisuutta. Tällä hetkellä Lappi hyötyy tästä trendistä. (Y6, 2019, yliopistonlehtori)*

Kansainvälisellä kiinnostuksella Suomea kohtaan perustellaan myös Helsingin lukuisia hotellihankkeita:

*Päätökset uusista rakenteilla olevista hotelli-investoinneista on tehty ennen koronapandemiaa. Siihen liittyi muun muassa maailmanlaajuinen matkailun kasvu –. Ja onhan Helsinki yksi tärkeimmistä ja vetovoimaisimmista matkailualueista Suomessa. (Y2, 2022, matkailupäällikkö)*

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa tulevaisuus on täynnä toivoa, ja kasvu koronapandemian jälkeen esitetään pelastuksena matkailualalle. Aineiston perusteella korona-ajasta toipumisen jälkeen maailman esitetään olevan avoinna matkailualan innovaatioille ja uudelle teknologialle. Maailmanlaajuinen matkailun kasvu ja kiinnostus Suomea kohtaan näkyvät käytännössä esimerkiksi hotellihankkeina ja optimistisina kasvuennusteina.

*Helsingin Sanomien ja Ylen artikkeleissa matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa ääneen pääsevät johto- ja asiantuntijataso toimijat. Ilta-Sanomissa matkailun valoisan tulevaisuudesta puhuvat matkailuyrittäjät ja kauppias. Iltalehdessä diskurssia esiintyy monipuolisesti eri toimijoiden*

puheissa. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssia hallitsevat asiantuntijoiden ja johtotason toimijoiden puheenvuorot.

### 5.3 Muuttuneen matkailun diskurssi

*Kun kriisi on joskus ohitse, mitä matkailusta on enää jäljellä? (H7, 2020, toimittaja)*

Muuttuneen matkailun diskurssi esiintyy aineistossani matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssin tapaan kattavasti artikkelin julkaisuajankohdasta ja sen julkaisesta mediatalosta riippumatta. Diskurssi keskittyy tapoihin, joilla matkailu joko tulee muuttumaan tai joilla sen tulisi muuttua tulevaisuudessa. Matkailujärjestelmät ovat dynaamisia ja jatkuvassa muutoksessa, vaikka niiden usein ajatellaan olevan tasapainoisia (Urry, 2008, Beckenin, 2013, s. 89 mukaan). Tulevaisuudessa matkailua muuttavat useat tekijät: vapaa-ajan määrän muutokset, matkailijoiden muuttuvat vaatimukset, teknologian kehitys, ilmastonmuutos sekä demografinen kehitys (Becken, 2013, s. 82–85; Mackenzie Wright, 2023). Muuttuneen matkailun diskurssissa pohditaan myös, halutaanko matkailu palauttaa takaisin uomiin, joissa se oli ennen koronapandemian aikaansaamaa pysähdystä.

Keskeinen matkailun muutosta ajava tekijä on ilmastonmuutos, josta puhutaan aineistossa myös *ilmastokriisinä*. Artikkelien puhujat nostavat esiin kaksijakoisuuden puhuttaessa matkailun ilmastovaikutuksista: vaikka matkailu edesauttaa ympäristön saastumista ja kiihdyttää ilmastonmuutosta (esim. Hiltunen, 2019), se on myös merkittävä töiden ja tulojen tuoja monille alueille.

*Ei ilmastonmuutos ole kadonnut mihinkään. (Y2, 2022, tutkimusjohtaja)*

*Ilmasto kiittää, mutta varmasti siitä on iloa itsellekin – muutaman pikkureissun sijaan – – tehdä yksi pidempi matka, jolloin ehtii kunnolla pysähtyä ja asettua. (IS5, 2021, toimittaja)*

Diskurssissa ilmastonmuutos esitetään vakavana, todellisena uhkana, vaikka toisaalta se rinnastetaan myös pienempään paikalliseen roskaamisongelmaan:

*Ilmastonmuutos huolettaa. Myös kiihtynyt roskaaminen [matkailukeskuksessa] harmittaa naista. Joka kevät paikalliset joutuvat siivoamaan lumen alta paljastuvaa roskaa. (IS2, 2022, matkailuyrittäjä)*

Matkailun ympäristövaikutuksiin tulee aineiston mukaan puuttua välittömästi, ja pyrkiä kohti kestävä matkailua. Kestävyys on diskurssissa tärkeää sekä matkailualan toimijoiden että matkailijoiden näkökulmasta. Kestävyys on matkailijoille raportoidusti tärkeämpää kuin ikinä aiemmin, ja koronapandemia on lisännyt ympäristö- ja kestävyysnäkökulmien pohtimista entisestään. (Hiltunen, 2019, s. 17–18; WTTC, 2020, s. 24–25.) Futuristin mukaan esimerkiksi korona-aika tarjosi hyvän mahdollisuuden pohtia kestävämpiä ratkaisuja:

*Jos pitkään menee hyvin, se voi muodostua esteeksi uusien asioiden kokeilemiselle. Laajat globaalit kriisit, kuten koronaviruspandemia, ovat hyviä paikkoja etsiä näkemystä tulevaisuuden suunnasta. – – Mitä nopeammin pystytään hyväksymään se, että tässä ollaan menossa erilaiseen maailmaan, sitä parempi. Sitä nopeammin lakataan vastustamasta ja yrittämästä palata vanhaan. (Y3, 2021, futuristi)*

Ilmastonmuutoksesta ja kestävydestä puhuttaessa aineistossa korostetaan matkailualan edelläkävijyyttä – matkailualalla ketterät, luovat kokeilut ovat mahdollisia, koska ala on dynaaminen ja sopeutuvainen. Maailmanlaajuisesti kasvavat matkailijamäärät ovat kuitenkin ristiriidassa resurssiensäästön kanssa, koska määrän kasvaessa myös saasteet lisääntyvät sekä fyysisesti että kulttuurisesti (Leigh & Webster, 2013, s. 199).

Matkailun tulevaisuus riippuu siitä, millaista tulevaisuuden liikenne on (Yeoman ym., 2012, s. 212). Muuttuneen matkailun diskurssissa liikkuminen kohteiden välillä saa paljon huomiota. Yksi tulevaisuuden matkailun kulmakivistä voi olla maata pitkin matkustaminen (esim. Leigh & Webster, 2013, s. 198), ja aineistossa esitetään sekä vaihtoehtoja lentämiselle että tapoja lentää ympäristöystävällisemmin.

*Lentoyhtiöt yrittävät myös kehittää keinoja lentää ilman fossiilisia polttoaineita, sillä se on yhtiöille kallista. Tällä hetkellä vaihtoehtoiksi mietitään vetyä, sähköä tai biopolttoainetta, tai sitten koneet voisivat käyttää aurinko- tai tuulivoimaa. (Y6, 2019, tutkimuspäällikkö)*

*Vuonna 2050 suomalainen lentää ilmastosyistä vähemmän kuin nyt. Eurooppaan pääsee Suomesta nopeasti ja kätevästi vaikka supernopealla junalla. (Y7, 2018, toimittaja)*

Maata pitkin matkustaminen kasvattaa suosiotaan jo nyt, ja lentämistä voidaan hävetä sen tuottamien päästöjen vuoksi (esim. Hiltunen, 2019). Aineistossani lentämisen vaihtoehtoiksi

mainitaan esimerkiksi juna-, auto- ja laivamatkustus sekä kehitteillä olevat innovaatiot kuten ilmalaivat, droneteknologiaa hyödyntävät kopterit ja hyperloop-kapselit. Lentämisen lopettaminen kokonaan ei ole mahdollista esimerkiksi maantieteellisistä syistä:

*Euroopassa on helppo hypätä junaan, mutta esimerkiksi Australiassa tai Japanissa lentäminen on miltei ainoa vaihtoehto, jos haluaa ulkomaille. (H4, 2021, professori)*

Maata pitkin matkustaminen sekä hidastaa matkustamista että voi lisätä sen elämyksellisyyttä.

Matka itsessään voi olla keskeinen osa matkailuelämystä:

*Meri-Lapin ja länsirajan matkailua aiotaan elvyttää vanhalla Ukko-Pekka höyryveturin vetämällä junalla. ”Höyryjunamatkoista toivotaan – – matkailun veturia, joka lisää hotellien käyttöastetta Meri-Lapin lisäksi Ylitorniolla, Pellossa ja Kolarissa.” (IL1, 2022, toimittaja, toimitusjohtaja)*

*– – Auto- ja junamatkoista povataan entistä suosituimpia, jolloin itse matkanteko nousee tärkeäksi. (IS5, 2021, toimittaja)*

Matkailijat ovat tietoisempia kestäväyydestä jo nyt, ja diskurssissa matkailijoiden oletetaan muuttuvan tulevaisuudessa myös muilla tavoilla. Ilmastonmuutos asettaa useita kohteita, alueita ja eläimiä tuhoutumisvaaraan, joten *last chance to see* -matkailu voi yleistyä. Samasta ilmiöstä voidaan käyttää myös nimitystä tuomiopäivän matkailu tai *last chance* -matkailu.

*Monet suositut lomakohteet ovat vaarassa ilmastonmuutoksen vuoksi: Esimerkiksi Venetsiaa ja Malediiveja uhkaa merenpinnan nousu ja koralliriuttoja merten saastuminen ja lämpötilan nouseminen. (Y6, 2019, toimittaja)*

*Ilmastonmuutos uhkaa Grönlannin jäätiköitä, ja myös muualla jäätiköt ovat sulaneet. Tuomiopäivän turistilla tarkoitetaan matkailijaa, joka haluaa nähdä tällaiset paikat ennen kuin ne on myöhäistä. (IL7, 2019, toimittaja)*

Aineistoni artikkeleissa mainitaan myös matkailijoiden kasvava kiinnostus erityisesti luontoon ja liikuntaan liittyviä elämyksiä kohtaan (IS5). Tulevaisuuden matkailija saattaa tavoitella myös täydellistä sosiaalisen median sisältöä tai pelottavia kokemuksia, osallistua matkallaan vapaaehtoistyöhön tai matkustaa tutustumaan DNA-testien perusteella löydettyihin sukulaisiin (IL7).

Matkailun muutos nostaa kotimaan- ja lähimatkailun suosiota, ja kehitystä on nopeuttanut myös koronapandemia. Muuttuneen matkailun diskurssissa tästä kehityksestä puhutaan esimerkiksi *kotimaanmatkailun kasvupotentiaalina* sekä *kotimaanmatkailun boomina*. Kotimainen matkailukysyntä nousi pandemian aikana vuoden 2019 67 prosentista lähes 90 prosenttiin vuonna 2021 (TEM, 2022a).

*Viime vuosina on herätty Suomen matkailu- ja luontokohteiden viehättykseen. Kotimaanmatkailu on ollut kasvussa. – – ”Kun pääsemme normaalitilanteeseen, voi silloinkin olla pitkän harkinnan takana matkustaa joihinkin tiettyihin kohteisiin, eli kotimaanmatkailu voi voittaa edelleen”. (H8, 2020, pääekonomisti)*

Korona-aika vauhditti kotimaanmatkailun nousujohteista kehitystä, mutta vaikutusten toivotaan kantavan pidemmälle tulevaisuuteen sekä ympäristösyistä että matkailutulojen kannalta.

*Suomalainen matkailu odottaakin suomalaisten tukea, matkustamista ja palvelujen käyttöä kotimaassa. (IL5, 2022, toimittaja)*

*– – Kotimaanmatkailun boomin jatkumiseen uskotaan vahvasti, ja onhan se helppoa, käytännöllistä ja sopii ekologisiin arvoihin. (IS5, 2021, toimittaja)*

Etätyön yleistymisen voi hälventää jakoa työn ja vapaa-ajan välillä, mikä voi muuttaa matkailumarkkinoita tulevaisuudessa (esim. Neuvonen ym., 2018, s. 383). Työn monipaikkaisuuden mahdollistaminen vähentää samalla liikematkailua, mikä voi aiheuttaa haasteita liikematkailijoiden suosiossa olleille kohteille ja hotelleille.

*Helsingin hotellirakentamisen buumin juuret liittyvät aikaan ennen koronapandemiaa. Silloin uskottiin, että matkailu kasvaa ja Helsingistä tulee yhä useamman kongressin pitopaikka. – – ”On tosiasia, että bisnesmatkailu tulee jossain määrin vähenemään. Normaaleja kokouksia voi järjestää verkossa, mutta uskon kongressimatkailun kasvuun”. (Y2, 2022, kehityspäällikkö, professori)*

Työmatkailun väheneminen vähentää ympäristön kuormitusta. Muuttuneen matkailun diskurssissa korostetaan etätyön aikaansaamia helpotuksia myös työntekijöille ja työnantajille:

*– – Työmatkalennot saattavat vähentyä, kun työpaikat satsaavat virtuaalitapaamisiin. Virtuaalipalaverit säästäisivät paitsi ympäristöä myös aikaa ja rahaa. (Y7, 2018, lentoyhtiön ympäristöpäällikkö)*

Muuttuneen matkailun diskurssissa tulevaisuuden matkailulle hahmotellaan useita mahdollisia kehityskulkuja, eikä kasvua ja korona-ajasta toipumista nähdä ainoina keinoina, joilla matkailu voi selviytyä. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssin tapaan aineiston puhujat nostavat teknologian kehityksen merkittävimmäksi muutosta ajavaksi tekijäksi.

Muuttuneen matkailun diskurssi esiintyy monipuolisesti aineiston toimijoiden puheissa. Eniten puheenvuoroja saavat kaikkien medioiden artikkeleissa asiantuntijat ja johtotason toimijat. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssiin verrattuna muuttuneen matkailun diskurssissa asiantuntijat edustavat monipuolisemmin eri aloja; artikkeleihin on haastateltu muun muassa arkkitehteja, ympäristöasiantuntijoita ja ilmailualan toimijoita (ks. taulukko 2). Lisäksi diskurssissa ovat äänessä matkailuyrittäjät ja alan opiskelijat.

#### 5.4 Epävakaan matkailun diskurssi

*Mielelläni antaisin eksakteja ennusteita, mutta tilanteet muuttuvat nyt niin nopeasti.*  
(H8, 2020, pääekonomisti)

Epävakaan matkailun diskurssi ei esiinny aineistossa yhtä vahvasti kuin matkailun valoisan tulevaisuuden ja muuttuneen matkailun diskurssit. Epävakaan matkailun diskurssia esiintyy kaikkien medioiden artikkeleissa, mutta ajallisesti se keskittyy vuonna 2020 ja sen jälkeen julkaistuihin artikkeleihin. Epävakaan matkailun diskurssia esiintyy eniten vuoden 2022 artikkeleissa. Diskurssissa matkailun tulevaisuus hahmotetaan epävarmuuksien värityksenä. Epävarmuutta saavat aikaan muun muassa globaalit muutokset ja nopea päätöksenteko, jota toteuttavat sekä matkailualan toimijat että matkailijat.

Tulevaisuuden tapahtumiin liittyy usein epävarmuutta ja riskejä – ennalta ei voi tietää, millaisessa vaihtoehdoisessa muodossa jotain tapahtuu (esim. Rubin, 2002, s. 894). Epävarmuus sisältyy kaikkeen, vaikka ennusteita ja skenaarioita pyritäänkin usein perustamaan oletuksille varmuudesta (Becken, 2013, s. 89). Matkailun kehityksessä epävarmuus ja kompleksisuus ovat aina läsnä (esim. Fernández-Güell & Collado, 2014, s. 83–84).

*Pahinta on tällä hetkellä epävarmuus. – – ”Tietenkin jos olisi olemassa jonkinlainen aikataulu kriisin kestosta, niin toimintaa olisi helpompi suunnitella. Sitä ei vain nyt ole”.* (H7, 2020, professori)

Epävarmuus korostuu ja merkityksellistyy erityisesti korona-aikana julkaistuissa artikkeleissa. Pandemian aikana päätöksenteko oli vaikeaa rajoitusten muuttuessa lyhyillä varoitusaajoilla, mikä vaikeutti toiminnan suunnittelua ja ennakkointia.

*[Korona-aika oli] jatkuvaa taistelua. Nimenomaan muuttuvien säännösten takia. Emme tienneet mitä rajoituksia tulee, tarvitseeko vierailta olla rokotukset, joudummeko jopa sulkemaan kokonaan. (IL4, 2022, hotellinjohtaja)*

*Pahinta matkailualan tilanteessa on se, että kukaan ei juuri nyt tunnu tietävän mitä tuleva talvi tuo tullessaan. (Y5, 2020, matkailualan työnjohtaja)*

Aineistossa epävarmuus esitetään negatiivisena asiana, joka vaikeuttaa liiketoiminnan toteuttamista. Yhteen artikkeleista haastateltu futuristi kuitenkin hahmottaa epävarmuuden positiivisena ongelmana:

*Hän haluaa ravistella ja herätellä yrityksiä kriisin keskellä katsomaan tulevaisuuteen myönteisesti, etsimään aktiivisesti uudenlaisia ratkaisuja ongelmiin. ”Kaikille, ei pelkästään matkailualalle, olisi hyvä miettiä, että välillä me itse olemme pahin este emmekä uskalla hypätä uusiin asioihin. Kriisissä on aina uuden alku ja se herkistää kasvulle”. (Y3, 2021, futuristi)*

Korona-ajan jälkeen matkailualalla oli jälleen toivoa toipumisesta. Maailmanpoliittisen tilanteen muutokset, niistä merkittävimpänä Venäjän hyökkäys Ukrainaan helmikuussa 2022, asettivat matkailun jälleen epävakaiseen tilanteeseen.

*Meillä on valitettavasti uusi uhka. Se on sota. Ihmiset eivät ehkä uskalla matkustaa. (IL4, 2022, hotellinjohtaja)*

*Ukrainan sota hidastaa palautumista koronaviruspandemian aiheuttamasta matkailijakadosta. (H2, 2022, toimittaja)*

Sota voi saada aikaan kansainvälisten matkailijoiden epäröintiä Pohjois- tai Itä-Eurooppaan tai läheisille alueille matkustamisessa. Lisäksi sodan ja pakotteiden vaikutuksesta tavallisesti Venäjän yli kulkenutta lentoliikennettä joudutaan reitittämään uudelleen, ja rajojen sulkeutuminen estää venäläisten matkailijoiden saapumisen Suomen kohteisiin.

*Etelä-Karjalassa sijaitsevassa Imatran kylpylässä venäläisten poissaolo näkyy ja tuntuu. (Y1, 2023, varatoimitusjohtaja)*



*Suuri vaikutus [toimitusjohtajan] mukaan on pakotteilla, joiden vuoksi lentoliikenne Aasiaan ei onnistu Venäjän ilmatilan kautta. [Lentoyhtiölle] tämä on kova isku. (IL5, 2022, toimitusjohtaja)*

Sota Ukrainassa sai aikaan hintojen nousua ympäri Eurooppaa. Erityisesti liikkumiseen kohdistuvat hintojen korotukset, kuten polttoaineiden hintojen nouseminen, vaikuttavat suoraan matkailuun. Myös aiemmassa tutkimuksessa (Leigh & Webster, 2013, s. 192, 198–199) nostetaan esiin hintojen nousun mahdolliset vaikutukset tulevaisuuden matkailuun – kotimaan- ja lähimatkailun suosiminen on yksi keino vähentää hintojen nousun vaikutuksia. Matkailu merkityksellistetään aineistossa myös yhtenä ylellisyyksistä, joista tingitään ensimmäisenä, kun eläminen on kallista.

*Moni kertoo, että tulevana kesänä lomamatkat – ulkomailla ja kotimaassa – jäävät väliin. – – Kahta edellistä koronakesää normaalimpaa kesää on odotettu, jotta pääsisi matkailemaan tavalliseen tapaan. (IS4, 2022, toimittaja)*

*Kotimaisten matkailijoiden määrät – – vaikuttavat alkukesän perusteella olevan hieman viime kesistä jäljessä. ”Polttoaineiden hinnat varmasti vaikuttavat asiaan”. (IL2, 2022, toimitusjohtaja)*

Aineiston toimijoiden puheessa korostuu inflaation vaikutus kotimaanmatkailuun. Hintojen nousun mahdollisia vaikutuksia ulkomaanmatkailuun ei mainita.

Epävakaan matkailun diskurssissa on havaittavissa myös pyrkimys luoda jotain uutta sen sijaan, että palattaisiin matkailutoimintaan sellaisena kuin se oli ennen korona-aikaa.

*Konkurssiaallon ja massatyöttömyyden ehkäisyssä apu voi olla luovuudessa ja virtuaalitodellisuudessa, kunhan rohkeutta ajatella uudella tavalla löytyy yrityksistä. – – ”Rohkeat uudet ideat vaativat uudenlaista ajattelua ja toteutuksia. – – Valmiita ratkaisuja ei ole, vaan ne pitää itse keksiä”. (Y3, 2021, luova johtaja)*

*– – Vanhaan pyrkiminen ei välttämättä auta meitä, vaan jarruttaa. (Y3, 2021, futuristi)*

Epävakaaseen toimintaympäristöön nopeasti muuttuvine tilanteineen voi sopeuttaa toimintaansa esimerkiksi tekemällä nopeita päätöksiä:

*– – Vahvuus: Nopeita päätöksiä ja yhteinen maali. (H3, 2022, väliotsikko)*

Epävakaan matkailun diskurssissa matkailualan toimintaympäristö rakentuu epävarmaksi ja kompleksiseksi. Epävarmuuden kanssa eläminen ja siihen mukautuminen on välttämätöntä, jotta matkailuala voi selviytyä esimerkiksi maailmanpoliittisista muutoksista. Matkailun valoisan tulevaisuuden ja muuttuneen matkailun diskursseihin verrattuna epävakaan matkailun diskurssi esittää matkailun kriisistä toiseen poukkoilevana alana, joka kärsii muutoksista ensimmäisten elinkeinoalojen joukossa.

Epävakaan matkailun diskurssissa äänessä ovat muiden diskurssien tapaan eniten asiantuntijat, erityisesti matkailualan yritysten johtajat, futuristit sekä tutkijat. Puheenvuoroja saavat kuitenkin myös matkailualan opiskelijat ja lehtien lukijat. Asiantuntijat ja futuristit merkityksellistävät epävakaan positiivisempänä asiana kuin esimerkiksi matkailualan yritysjohtajat ja opiskelijat.

## 6. TULEVAISUUSTIETOISUUS MATKAILUN TULEVAISUUDEN DISKURSSSEISSA

Matkailun valoisan tulevaisuuden, muuttuneen matkailun ja epävakaa matkailun diskurssit korostavat erilaisia asioita matkailualan tulevaisuusajattelussa. Tulevaisuustietoisuutta tuodaan esiin kaikissa diskursseissa, vaikka diskurssien välillä on eroja siinä, miten voimakkaasti eri ulottuvuuksia puheessa korostetaan.

Tulevaisuustietoisuuden ulottuvuudet kytkeytyvät toisiinsa eri tavoin (Ahvenharju, 2022), mikä käy ilmi myös aineistoni diskursseissa. Aineiston suurista teemoista, kuten ilmastonmuutoksesta tai uusista innovaatioista, puhutaan useista eri näkökulmista käsin, mikä kertoo puhujien edustaminen instituutioiden, yksilöiden ja diskurssien välisistä eroista (ks. Lalot, Ahvenharju, Minkkinen & Wensing, 2020).

Tässä luvussa tarkastelen aineistostani rakentuneita diskursseja tulevaisuustietoisuuden teorian viiden ulottuvuuden näkökulmasta. Jokainen ulottuvuus muodostaa oman osatutkimuskysymyksensä, joihin vastaan omilla alaluvuissa.

### 6.1 Millainen aikakäsitys matkailun tulevaisuuden diskursseista välittyy?

Aikakäsityksen ulottuvuudessa keskeistä on ajan kulun hahmottaminen menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden jatkumona, jossa tapahtumat ja niiden seuraukset seuraavat toisiaan (esim. Ahvenharju, 2022, s. 54). Useissa aineistoni artikkeleissa puhutaan menneisyydestä, nykyhetkestä ja tulevaisuudesta sekä matkailun kehittymisestä ajan myötä.

Aikakäsitys on voimakkaasti esillä erityisesti matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa. Ajan hahmottaminen menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden jatkumona käy ilmi tavoista, joilla diskurssissa esitetään korona-aika ja sen vaikutukset matkailualalle. Matkailu kasvoi voimakkaasti ennen koronapandemiaa (esim. TEM, 2021), joka katkaisi ennustetun kasvun ja siten pakotti matkailualan toimijoita muuttamaan käsityksiään tulevaisuudesta. Pandemian nopean leviämisen voi todeta muuttaneen matkailualan toimijoiden tietoisuutta huomisesta – pitkän aikavälin ennusteisiin ei enää voinut luottaa, eikä menneisyyden kasvun avulla voinut luoda kasvuennusteita

tulevaisuuteen (ks. Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7–9; Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 393).

*Historian aikana matkailu on kasvanut 1950-luvulta lähtien pieniä poikkeuksia lukuun ottamatta – – Ei olekaan varmuutta siitä, että turismi lähtisi taas nopeasti nousuun, kunhan rajoitukset saadaan purettua. (H7, 2020, professori)*

Matkailun nykyhetkestä puhutaan aineistoni diskursseissa vain vähän. Menneisyys otetaan esiin esimerkiksi vertailutarkoituksessa. Tulevaisuuspuhetta diskursseissa värittävätkin innovaatiot, skenaariomaiset kuvailut tulevaisuuden matkailusta sekä epävarmuuden korostuminen.

*Tietokoneohjelma osaa kertoa, millaisista matkakohteista pidän. Saan sekunneissa virtuaaliselta kaksoselta juuri minulle sopivia vaihtoehtoja. Suuri intohimoni on nähdä kohteita, jotka ovat vaarassa kadota. Tällä kertaa päädyn Venetsiaan. Hotellikin on helppo valita vieraillemalla niissä virtuaalilasien avulla. (Y6, 2019, toimittaja)*

*Mutta tällä hetkellä on niin epävarmaa, että kyllä tulevaisuus pelottaa. (Y5, 2020, matkailualan työnjohtaja)*

Muuttuneen matkailun diskurssissa keskeisin näkökulma on se, että tulevaisuuden matkailu poikkeaa nykyhetken tilanteesta, ja puhe keskittyy muutosten kuvailuun. Lentämisen muuttumisesta ja maata pitkin matkustamisesta puhuttaessa toimijat huomioivat menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden väliset suhteet esittämällä tapoja, joilla liikkuminen on muuttunut aiemmin ja joilla se voi muuttua tulevaisuudessa.

*”Jo nyt näkyy, että ihmiset kokevat lentohäpeää ja rajoittavat matkustamista.” – – Kaukomatkat vaihtuvat hänen mukaansa tulevaisuudessa yhä useammin lähikohteisiin, ja lentokoneet juniin. (IL6, 2019, futuristi)*

Epävakaan matkailun diskurssissa aikakäsityksen ulottuvuus näkyy muita diskursseja vähemmän. Epävarmuus ja ennustamattomuus vaikeuttavat ennusteiden tekemistä ja siten ajan hahmottamista jatkumona. Tulevaisuuksien kuvittelu ja simulointi osoittavat kaukaisinkin tulevaisuuden tärkeyden toimijoille (Ahvenharju, 2022, s. 56), joten tulevaisuuden ennustamattomuuden ja epävarmuuksien tunnistamisen voi tulkita myös aikakäsityksen osoitukseksi – se, että tulevaisuus esitetään epävarmana, ohjaa pohtimaan toimien pitkän aikavälin vaikutuksia ja vaihtoehtoisia tulevaisuuksia.

Matkailun tulevaisuuden diskursseissa ilmennetään pääosin korkeaa tulevaisuustietoisuutta aikakäsityksen ulottuvuuden osalta. Aineiston puhujat tuovat esiin ajan kulun menneisyydestä nykyisyyden kautta tulevaisuuteen, ja huomioivat tapahtumien seurauksia ennusteissaan ja toimintaansa kuvatessaan (ks. Ahvenharju 2022; Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022).

## 6.2 Millaista toimijuutta matkailun tulevaisuuden diskursseissa esiintyy?

Toimijuuden ulottuvuuden keskeinen piirre on henkilön tai järjestelmän luotto omaan kykyynsä vaikuttaa siihen, millainen tulevaisuus tulee olemaan (esim. Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7). Tulevaisuus ei ole ennalta määrätty, vaan yksilöt voivat muotoilla sitä omilla valinnoillaan haluamakseen (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9). Toimijuus on esillä aineistoni mediateksteissä esimerkiksi puheessa innovaatioista, ilmastonmuutoksesta sekä maailmanpoliittisesta tilanteesta. Toimijuuden ulottuvuutta ilmennetään kaikissa aineistostani rakentuneissa diskursseissa.

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa toimijuutta tuodaan esiin erityisesti innovaatioista puhuttaessa. Innovaatiot esitetään tapana vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin, ja ne vahvistavat tulevaisuuteen kohdistuvaa optimistista ajattelua, joka Lombardon ja Cornishin (2010) mukaan on yksi toimijuuden ulottuvuuden keskeisistä piirteistä.

*Tulevaisuudessa meillä voi olla käytössä tekoäly, joka tietää niin tarkasti mieltymyksemme ja tapamme, että se on ikään kuin virtuaalinen kopio meistä. Virtuaalikaksoset osaavat auttaa meitä, ilman että kysymme jokaisen kysymyksen tarkasti erikseen. (Y6, 2019, toimittaja)*

*Jos uutta teknologiaa kehitetään, sen avulla lentopäästöjä on mahdollista leikata 50 prosenttia, ellei enemmän. (Y7, 2018, toimittaja)*

Muuttuneen matkailun diskurssissa toimijuutta ilmennetään puhuttaessa ilmastonmuutoksesta, matkustamisen muuttumisesta sekä erilaisista matkailijatyypeistä – jos nämä voidaan huomioida toiminnassa, tulevaisuudesta voidaan luoda halutun kaltainen (ks. Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9).

*Pyrkimys vastuulliseen matkailuun kiinnostanee jatkossa muutoinkin yhä useampia, ainakin länsimaissa. Se voi tarkoittaa juuri lähelle, harvempia ja hitaammin tehtyjä*

*matkoja, tai paikallisten palveluiden ja yritysten suosimista, ympäristön ja kulttuurin kunnioitusta. (IS5, 2021, toimittaja)*

Erilaiset tavat matkustaa esitetään keinona luoda parempaa tulevaisuutta. Maata pitkin matkustamisen odotetaan kasvattavan suosiotaan tulevaisuudessa, ja lentämiselle pyritään kehittämään ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja. Aiemmassa matkailun tulevaisuuden tutkimuksessa ilmastonmuutoksen todetaan ajavan innovatiivisia muutoksia liikennetarkoituksissa, ja jopa tekevän liikkumisesta vetovoimatekijän sellaisenaan (Yeoman ym., 2012, s. 212, 228). Vastuullisen matkailun toteutuminen käytännössä vaatii matkailualan toimijoilta vastuunottoa omista toimistaan ja niiden seurauksista (esim. García-Rosell, 2017, s. 231).

*Ihmisten arvot voivat muuttua niin, että lentämisestä voi tulla noloa. – – Ilmastonmuutos voi myös pakottaa kieltämään lentämisen. (Y6, 2019, tutkimuspäällikkö)*

Epävakaan matkailun diskurssissa toimijuutta merkityksellistetään maailmanpoliittisen tilanteen vaikutusten kautta. Maailmanpoliittisen tilanteen muutokset vähentävät mahdollisuuksia vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin omalla toiminnalla, mikä vaatii matkailualan toimijoilta joustavuutta.

*Suomen sijainti Venäjän rajanaapurina voi herättää pelkoa matkailijoissa. – – On toki tiedostettu, että läntisessä Euroopassa ja Yhdysvalloissa tilanne voi aiheuttaa pohdintaa. ”Haluamme tietenkin uskoa, että tilanne pysyy rauhallisena”. (IL5, 2022, toimittaja, toimitusjohtaja)*

Toimijuuden ulottuvuus on tulevaisuustietoisuuden mallissa ulottuvuus, joka tarjoaa perustan tulevaisuustietoisuuden kehittämiseksi mahdollistaen vaihtoehtoisten tulevaisuuksien pohtimisen (Ahvenharju, 2022, s. 74). Keskiössä on yksilön tai organisaation luotto omaan kykyynsä vaikuttaa tulevaisuuden tapahtumiin (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7; Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 393), ja matkailun tulevaisuuden diskursseissa toimijuutta rakennetaan selkeästi – matkailualan toimijat ja asiantuntijat ovat motivoituneita vaikuttamaan tulevaisuuteen voidakseen jatkaa toimintaansa.

### 6.3 Miten avoimuus vaihtoehdoille näkyy matkailun tulevaisuuden diskursseissa?

Avoimuus vaihtoehdoille on ulottuvuus, joka herkistää yksilön tai järjestelmän tunnistamaan ja kyseenalaistamaan eri vaihtoehtoja mutta myös valmistautumaan tulevaisuuden mukanaan tuomiin yllätyksiin, joista voidaan käyttää myös nimitystä villit kortit (Ahvenharju, 2022, s. 54; Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9–10; Hiltunen, 2012). Ulottuvuuteen sisältyy myös perinteiden ja auktoriteettien kyseenalaistaminen (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9–10).

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa avoimuus vaihtoehdoille näkyy erityisesti aiempien matkailualan toimintatapojen jatkumisen kyseenalaistamisena. Toimijoita kannustetaan tekemään rohkeita, tuoreita ratkaisuja ja innovoimaan vapaasti. Innovaatiot ja teknologian kehitys mahdollistavat tulevaisuudessa uudet tavat liikkua paikasta toiseen sekä monipuolisemmat kohteet ja aktiviteetit matkailijoille (esim. Christou, 2022; Yeoman ym., 2012, s. 228).

*Tekniikka tulee epäröimättä muuttamaan paljon tulevaisuuden matkailua. Jo nyt on olemassa lentäviä autoja, virtuaalilaseja ja palvelurobotteja. (Y6, 2019, toimittaja)*

Muuttuneen matkailun diskurssissa avoimuutta vaihtoehdoille rakennetaan esimerkiksi esittelemällä mahdollisia tulevaisuuden matkailijatyyppejä. Matkailijatyyppeiden kuvittelu voi olla keino ajatella kriittisesti ja kyseenalaistaa nykyisiä toimintamalleja ja vanhoja perinteitä, jotka ovat ennenkokemattomissa tilanteissa keskeisiä taitoja (ks. Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 9–10).

Tulevaisuudessa matkailijat ovat todennäköisesti aiempaa nuorempia ja samalla valmiimpia hyödyntämään matkallaan uusia innovaatioita ja vaihtoehtoja (esim. Hiltunen, 2019, s. 22). Vapaa-ajan määrä voi muuttua tulevaisuudessa, matkailijoista voi tulla yhä vaativampia, ja demografiset muutokset vaikuttavat esimerkiksi matkailuun käytettyihin rahamääriin sekä kysytyihin tuotteisiin ja palveluihin (Becken, 2013, s. 82, 85; Christou, 2022).

*Tuomiopäivän turisti ja viisi muuta uutta matkailijatyyppeä – kuulutko heihin? (IL7, 2019, otsikko)*

Luovuus, uteliaisuus ja dynaaminen ajattelutapa ovat keskeinen osa tulevaisuustietoisuutta (Lombardo & Cornish, 2010, s. 35). Epävakaan matkailun diskurssissa avoimuus vaihtoehdoille

ilmeneekin epävarmuuksien tunnistamisena ja pyrkimyksenä luoda uutta sen sijaan että palattaisiin takaisin tapoihin, joilla matkailua kehitettiin ja tuotettiin ennen koronapandemiaa.

*Nyt matkailun tuomiin ongelmiin on aika puuttua. Miten sitä voisi kehittää paremmaksi ja kestävämmäksi. – – Pahinta on tällä hetkellä epävarmuus. (H7, 2020, professori)*

Matkailun tulevaisuuden diskursseissa avoimuus vaihtoehdoille esitetään luonnollisena osana matkailualan toimintaa, koska alan toimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa (esim. Butler, 2020). Koronapandemia on paljastanut matkailualan haavoittuvuuksia, ja se voi toimia herätyksenä alan toimijoille lisäten motivaatiota matkailun muuttamiseen (Wright, 2021, s. 116–119). Matkailun erilaisia tulevaisuuksia hahmottelevat media-artikkeleissa erityisesti futuristit ja matkailualan asiantuntijat. Avoimuus vaihtoehdoille esitetään keinona mukauttaa omaa toimintaa muuttuvien olosuhteiden paineessa, ja perinteisiä toimintatapoja myös asetetaan diskursseissa kyseenalaisiksi. Puhetavat viittaavat tulevaisuusorientoituneeseen ajatteluun, joka tutkimuksissa mainitaan päätöksentekoa tukevana seikkana teknologisesti, kulttuurisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti muuttuvassa maailmassa (Borodako, 2014, s. 282; Fernández-Güell & Collado, 2014).

#### 6.4 Millaista systeemisyyttä matkailun tulevaisuuden diskursseissa esiintyy?

Systeemisyyden ulottuvuuden keskiössä ovat erilaisten järjestelmien väliset yhteydet sekä päätösten vaikutukset. Systeemisyyden tarpeen, jotta päätösten vaikutuksia voidaan ymmärtää kokonaisvaltaisesti ja pitkällä aikavälillä. (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10; Ahvenharju & Puru-Mikkola, 2022, s. 393.) Matkailualan kontekstissa systeemisyyden tarkoittaa alan hahmottamista kokonaisjärjestelmänä. Matkailun kokonaisjärjestelmään kuuluvat lähtö-, kohde- ja läpikulkuala sekä näillä toimivat matkailutoimialat. Kokonaisjärjestelmään vaikuttavat muun muassa henkilökohtaiset, teknologiset, poliittiset, taloudelliset, kulttuuriset, ekologiset ja yhteiskunnalliset ympäristöt ja tekijät, jotka voivat olla järjestelmän sisäisiä tai ulkoisia. (Edelheim & Bohn, 2017, s. 35–37.)

Systeemisyyden ulottuvuuden tunnistaminen diskursseista on haastavaa, koska media-artikkeleihin valitut lyhyet kommentit eivät tuo esiin laajempaa kontekstia, josta toimija kommentoi matkailun tulevaisuutta. Toimijat puhuvat mediassa useimmiten jonkin instituution tai ryhmän nimissä, ja



voivat toisaalta esittää puheessaan myös toisissa diskursseissa tuotettuja merkityksiä. Samaa asiaa voi merkityksellistää monin eri tavoin, eli puheessa voidaan tukeutua useampiin diskursseihin samanaikaisesti. (Suoninen, 1999, s. 18; Väliverronen, 1993, s. 32–33.)

Viitteitä systeemisyyteen on esimerkiksi tavassa, jolla diskursseissa puhutaan viranomaisten roolista korona-ajan rajoitusten asettajina – viranomaistoiminta esitetään hitaana ja matkailualan toimintaa merkittävästi vaikeuttavana tekijänä.

*Nopeus, jolla koronarajoituksia poistetaan, vaikuttaa suoraan matkailu- ja ravintola-alan toipumiseen, kerrotaan Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen Etlan tutkimuksessa. – – Nyt tarvitaan selkeä viesti siitä, että kahden rokotuksen jälkeen matkustaminen, kulttuuritapahtumiin osallistuminen, ravintoloissa käyminen ja hotellipalveluiden käyttö on täysin hyväksyttävää. (H5, 2021, toimittaja)*

Järjestelmien välisten yhteyksien hahmottaminen käy ilmi diskursseissa myös siinä, miten paljon kestävyyttä, ilmastonmuutokseen liittyviä asioita ja maailmanpoliittista tilannetta nostetaan esiin.

*Palvelujen tarjoajat – – ovat jo alkaneet nostaa hienosti ilmastonmuutosta esiin ja kehittää matkailua hiilineutraalimmaksi. (IL6, 2019, futuristi)*

*Ilmastonmuutoksen seurauksena kotimaan matkailusta ennustetaan tulevan aiempaa suosituempaa. (Y4, 2020, tulevaisuusasiantuntija)*

*Ukrainan tilanteen ja koronapandemian lisäksi Helsingin hotelliprojekteja varjostaa ilmastokriisi. Vielä on epäselvää, miten se lopulta vaikuttaa matkustamiseen. (Y2, 2022, tutkimusjohtaja)*

Matkailualan systeemisten muutosten tarpeesta on kiinnostuttu tieteellisessä keskustelussa yhä enemmän, ja diskurssien puhujat esittävät systeemiset siirtymät niin ikään tärkeinä ja tarpeellisina. Matkailun uudelleenkäynnistäminen koronapandemian jälkeen on tutkimuksissa nostettu jopa avaintekijäksi koko talousjärjestelmän uudelleenkäynnistämiseen. Matkailualan sidosryhmät on tunnistettu aktiivisiksi toipumisen puolestapuhujiksi, jotka pyrkivät myös kehittämään uusia liiketoiminnan tapoja hyödyntäen korona-ajan tuomaa ymmärrystä. (Roxas, Rivera & Gutierrez, 2022, s. 96–97.) Globaalit, systemaattiset toimet ovat tarpeen, jotta matkailua voidaan toteuttaa tulevaisuudessakin vastuullisesti. Koronapandemian aikaansaama pysähtyminen vähensi matkailun ympäristövaikutuksia hetkellisesti, mutta myös nosti ne keskusteluun uudella tavalla ja sai matkailualan toimijat tunnistamaan muutoksen tarpeen. (Gössling & Schweiggart, 2022; Värzaru, Bocean & Cazacu, 2021, s. 15–16.)

Matkailun tulevaisuuden diskursseissa tunnistetaan järjestelmien välisten suhteiden vaikutukset matkailuun. Matkailu merkityksellistetään yhtenä osana yhteiskuntaa, ei sen ulkopuolisena toimialana, ja yhteiskunnallisten muutosten vaikutukset matkailuun korostuvat myös toimijoiden puheissa. Matkailu esitetään muutosvoimaa omaavana alana, joka voi omalla panoksellaan edistää laajempaa muutosta esimerkiksi kestävyys-suhteen. Kyky systeemisyyteen on tarpeen matkailualan kompleksisessa toimintaympäristössä, jossa päätöksillä voi olla merkittäviä seurauksia pitkälläkin aikavälillä (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 10).

### 6.5 Miten vastuullisuus näkyy matkailun tulevaisuuden diskursseissa?

Vastuullisuuden ulottuvuudessa korostuu muista huolehtiminen ja pohdinta siitä, millaiseen tulevaisuuteen tulisi tähdätä. Ulottuvuus yhdistää arvot moraaliseen ja eettiseen ajatteluun, ja keskiössä on omistautuminen sekä oman että muiden tulevaisuuden parantamiselle. Vastuullisuuden ulottuvuus määrittää järjestelmän roolia ja sen ymmärrystä suhteessa muihin järjestelmiin: miten pitkälle järjestelmässä hahmotetaan omien toimien vaikutukset ja tunnetaan niistä vastuuta? (Ahvenharju, Minkkinen & Lalot, 2018, s. 7, 10; Ahvenharju & Pouru-Mikkola, 2022, s. 393.)

Systemisyyden ulottuvuuden tapaan myös vastuullisuuden ulottuvuuteen liittyvistä seikoista puhutaan matkailun tulevaisuuden diskursseissa vain vähän. Aineistostani rakentuneista diskursseista käy kuitenkin ilmi, että media-artikkeleihin haastatellut toimijat tunnistavat matkailun kokonaisvaltaiset vaikutukset sekä sen, miten suuri merkitys matkailuelinkeinolla voi olla vaikkapa syrjäisillä alueilla, joilla muiden elinkeinon harjoittaminen on vähäistä, ja miten merkittäviä työllistäjiä matkailualan yritykset ovat erityisesti nuorille.

[Toimitusjohtajan] *mukaan matkailulla on hyvät mahdollisuudet tarjota yhä useammalle hiipuvalla kunnalla elämisen edellytyksiä.* (Y4, 2020, toimitusjohtaja)

*Matkailu on tosi iso asia varsinkin nuorille. Se on se meidän toimeentulo ja sillä pitää elää.* (Y5, 2020, matkailualan työnjohtaja)

Vastuuntuntoa esitetään diskursseissa myös puhuttaessa matkailun aikaansaamista positiivisista vaikutuksista. Matkailu tuottaa taloudellisia hyötyjä alueille, joilla muut elinkeinot tarjoavat vähäisiä mahdollisuuksia, ja työllistää erityisesti nuoria ja naisia (Satokangas, 2017; Tunkkari-

Eskelinen, 2017; UNWTO, 2019). Matkailu voi mahdollistaa paikallisille monipuolisemman palvelutarjonnan tulojen ja työpaikkojen lisäksi. Myös kehittyneempi infrastruktuuri hyödyttää sekä matkailijoita että paikallisia. (esim. Grybovych, Hafermann & Mazzoni, 2011, s. 93–95.)

*Jos turismia haluttaisiin vähentää, mitä sanoisimme matkailusta riippuvaisille maille? Mikä korvaisi matkailun tuomat työpaikat ja tulot?* (H4, 2021, professori)

Vastuullisuuden ulottuvuus näkyy myös tavoissa, joilla aineistossa puhutaan matkailun kasvua hidastavista tekijöistä, kuten liikenteen haasteista. Liikenneyhteyksien toimivuus on aineiston puhujille tärkeää, ja tukee puhujien omien organisaatioiden lisäksi koko aluetta, jolle liikenne kohdistuu. Suomen maantieteellinen sijainti vaikeuttaa esimerkiksi maata pitkin matkustamista, joka on yhä suositumpaa sekä Suomessa että kansainvälisesti (esim. Hiltunen, 2019, s. 38), ja toimivat lentoyhteydet esitetään diskursseissa tärkeinä.

– – [Toimitusjohtaja] *sanoo, että kesäajan kasvun hidasteena ovat puutteet kansainvälisissä lentoyhteyksissä.* (IL2, 2022, toimitusjohtaja)

*Suomen maantieteellinen sijainti asettaa kehitykselle haasteensa, sillä tänne on vaikea päästä maata pitkin.* (IL6, 2019, toimittaja)

Kestävän maailmanlaajuisen matkailun keskeisin haaste on laadun ja tuottojen kasvattaminen ilman liikamatkailua. Kaikkien matkailun sidosryhmien tulisi osallistua matkailun jälleenrakentamiseen, jotta kestävyys voidaan saavuttaa jatkuvassa muutoksessa olevassa, haasteiden värityksessä tulevaisuudessa. (Värzaru, Bocean & Cazacu, 2021, s. 16.) Matkailun tulevaisuuden diskursseissa pyrkimystä kohti kaikille parempaa maailmaa merkityksellistetään käytännön esimerkkien, kuten liikenteen ja matkailun työllistävän vaikutuksen kautta. Puheesta käy ilmi, että matkailun erilaisia tulevaisuuksia voi arvottaa monin tavoin. Ekologinen vastuullisuus esitetään yhtäältä tärkeänä, toisaalta matkailun kasvun mukanaan tuomat tulot.

Aineistosta rakentuneiden diskurssien perusteella matkailuala tasapainottelee kasvutoiveiden ja kestävyystavoitteiden välillä, mikä osoittaa matkailualan toimijoiden tunnistavan matkailujärjestelmän roolin suhteessa muihin järjestelmiin. Järjestelmän roolin tunnistaminen on keskeinen osa vastuullisuuden ulottuvuutta (Ahvenharju & Poursu-Mikkola, 2022, s. 393). Aineiston perusteella matkailualan toimijat tunnistavat matkailun vaikutukset, ja esittävät niitä kohtaan myös vastuuntuntoa.

## 7. YHTEENVETO

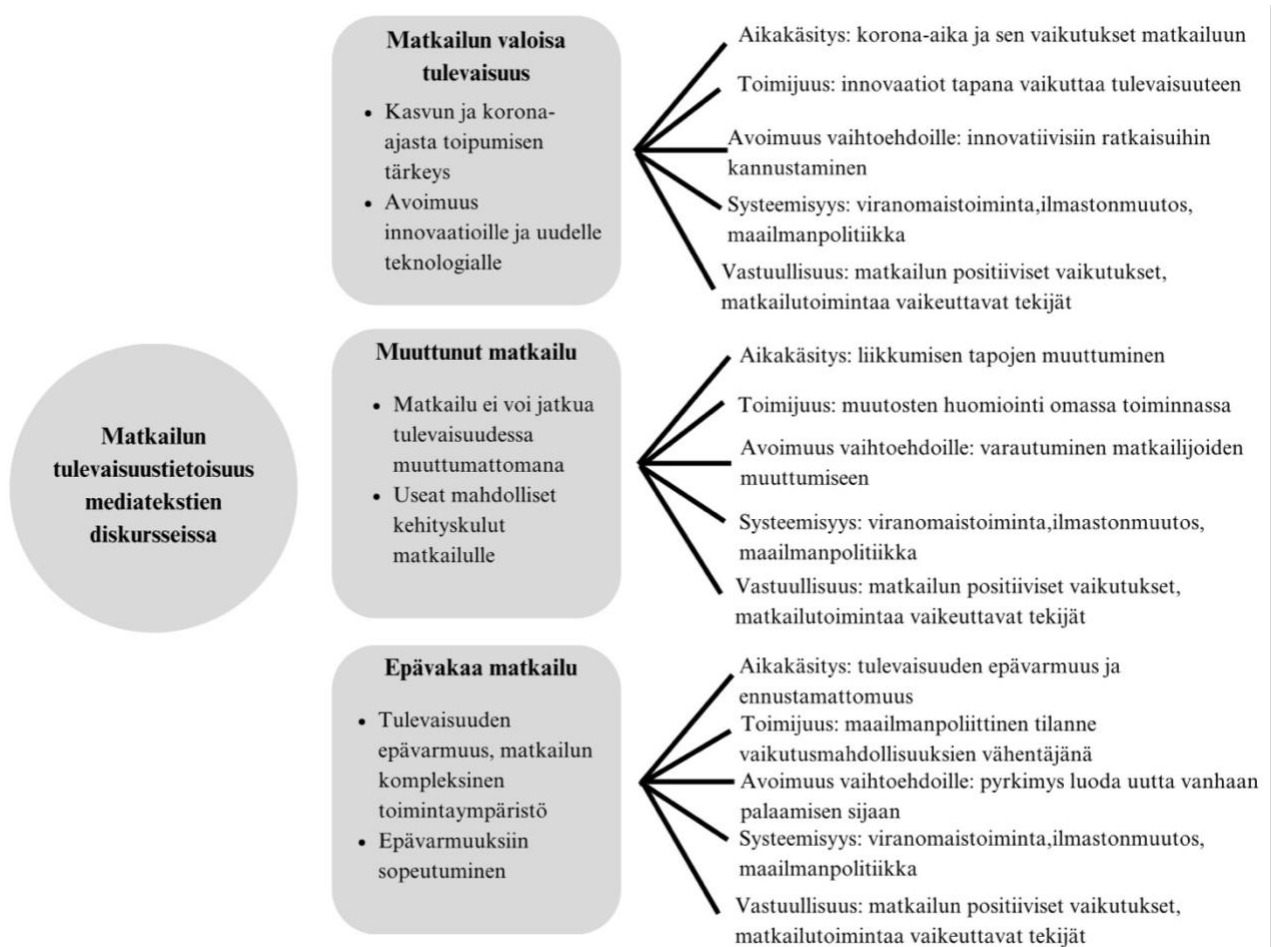
*Tässä on paljon epävarmuuksia, eikä minulla ole kristallipalloa. (H4, 2021, professori)*

Tutkielmassani olen tarkastellut tulevaisuustietoisuuden ilmenemistä matkailun tulevaisuutta koskevissa diskursseissa. Matkailun tulevaisuutta on tutkittu paljon, samoin matkailun ja median suhdetta, mutta matkailun tulevaisuutta mediassa on tutkittu vain vähän. Medialla on suuri rooli myös matkailun kehityksessä, koska se ohjaa julkista keskustelua ja päätöksentekoa.

Tutkin, miten tulevaisuustietoisuus ilmenee matkailun tulevaisuutta koskevissa mediateksteissä. Vastausta tutkimuskysymykseeni olen etsinyt seuraavien osakysymysten avulla: Miten matkailun tulevaisuus rakentuu diskursiivisesti? Millainen aikakäsitys matkailun tulevaisuuden diskursseissa välittyy? Millaista toimijuutta matkailun tulevaisuuden diskursseissa esiintyy? Miten avoimuus vaihtoehdoille näkyy matkailun tulevaisuuden diskursseissa? Millaista systeemisyttä matkailun tulevaisuuden diskursseissa esiintyy? Miten vastuullisuus näkyy matkailun tulevaisuuden diskursseissa? Aineistoni koostui 29 suomenkielisestä media-artikkelista, jotka on julkaistu vuosien 2017 ja 2023 välillä. Analyysin toteutin diskurssianalyysin menetelmin tarkastelemalla sitä, mitä matkailun tulevaisuudesta puhutaan, millä tavoin, ja ketkä saavat äänensä artikkeleissa kuuluviin.

Tutkimuskysymykseni muotoutuivat Ahvenharjun, Minkkisen ja Lalotin (2018) tulevaisuustietoisuuden viiden ulottuvuuden mallin pohjalta, ja ohjasivat nostamaan aineistosta esiin tietynlaisia asioita. Tulevaisuustietoisuuden mallissa huomio kiinnittyy tapoihin osoittaa ymmärrystä siitä, ettei tulevaisuus ole ennalta määrätty ja tietynlainen, vaan siihen vaikuttavat monet asiat niin nykyhetkellä kuin menneisydessäkin. Mallin viisi ulottuvuutta muodostavat kokonaisuuden, joka kuvaa yksilön tai organisaation tulevaisuustietoisuutta moninäkökulmaisesti.

Aineistostani rakentui kolme diskurssia: matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssi, muuttuneen matkailun diskurssi ja epävakaa matkailun diskurssi (kuvio 2). Diskurssien keskeiset teemat vastaavat aiempia tutkimuksia, joissa aineistona on käytetty suomenkielisiä media-artikkeleita (esim. Haapakoski, 2021; Suomi, 2021). Myös näissä tutkimuksissa kävi ilmi, että matkailu on murroksessa ilmastonmuutoksen ja matkailijoiden asenteiden muutosten paineessa.



Kuvio 2. Matkailun tulevaisuustietoisuus mediatekstien diskursseissa

Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssissa korona-ajasta toipuminen asetetaan matkailun pelastajan rooliin. Samalla toipuminen mahdollistaa uusien innovaatioiden ja teknologian kehittämisen ja käyttöönoton. Diskurssissa pääsee ääneen monipuolinen otanta matkailualan toimijoita, vaikka johto- ja asiantuntijatasen toimijat saavatkin eniten puheenvuoroja. Matkailun valoisan tulevaisuuden diskurssia esiintyy eniten koronapandemian jälkeen julkaistuissa artikkeleissa. Diskurssissa keskeistä on vahva usko siihen, että matkailu tulee tulevaisuudessakin menestymään ja kasvamaan.

Muuttuneen matkailun diskurssissa matkailualalle tunnistetaan useita vaihtoehtoisia kehityskulkuja. Matkailun kehitykseen vaikuttavat useat tekijät, joista merkittävimpiä ovat ilmastonmuutos ja matkailijoiden käyttäytymisen ja asenteiden muuttuminen. Muutokset voivat tulevaisuudessa johtaa esimerkiksi maata pitkin matkustamisen kasvuun lentämisen sijaan tai lähi- ja kotimaanmatkailun kasvuun. Muuttuneen matkailun diskurssia esiintyy aineistossa monipuolisesti kaikkien toimijoiden puheissa, vaikka eniten puheenvuoroja saavat asiantuntijat ja johtotason toimijat. Muuttuneen

matkailun diskurssia on havaittavissa aineistossani kattavasti julkaisuajankohdasta ja julkaisijasta riippumatta.

Epävakaan matkailun diskurssi esittää matkailun epävarmana ja kompleksisena alana, jonka tulee sopeutua jatkuviin muutoksiin voidakseen menestyä. Muita diskursseja voimakkaammin esitetään ymmärrystä siitä, ettei matkailu ole saari irrallaan muusta yhteiskunnasta, vaan ala, johon yhteiskunnalliset muutokset vaikuttavat nopeasti ja yllättävästikin. Diskurssissa äänessä ovat eniten asiantuntijat, mutta puheenvuoroja saavat myös matkailualan yrittäjät ja opiskelijat. Epävakaan matkailun diskurssia esiintyy jokaisen mediatalon artikkeleissa, mutta ajallisesti sitä esiintyy eniten vuoden 2020 jälkeen, erityisesti vuoden 2022 mediateksteissä.

Tulevaisuustietoisuuden viisi ulottuvuutta kietoutuvat aineistostani rakentuneissa diskursseissa toisiinsa (kuvio 2). Aikakäsityksen ulottuvuus näkyy erityisesti tavoissa, joilla koronapandemiaa merkityksellistetään, ja aineistossa puhuvat toimijat hahmottavat ajan kulun ja tapahtumien seuraukset. Toimijuuden ulottuvuutta diskursseissa edustaa erityisesti puhe innovaatioista ja globaaleista suurista muutoksista, jotka vaikuttavat matkailuun. Aineiston puhujat ovat motivoituneita vaikuttamaan tulevaisuuteen. Avoimuus vaihtoehdoille näkyy kaikissa diskursseissa, koska niistä jokaisessa kyseenalaistetaan aiempia toimintatapoja ja pyritään kohti uusia. Systemisyyden ulottuvuudessa keskeistä on tunnistaa järjestelmien välisiä yhteyksiä. Mediateksteissä järjestelmien yhteyksiin viitataan puhuttaessa viranomaistoiminnasta koronapandemian aikana sekä ilmastonmuutoksen ja maailmanpoliittisen tilanteen vaikutuksista matkailuun. Vastuullisuuden ulottuvuus näkyy diskursseissa toimijoiden pohdintana kestävyiden ja kasvun tavoitteiden välillä. Puhujat korostavat matkailun tuottamia positiivisia vaikutuksia syrjäisemmille alueille sekä toimivien liikenneyhteyksien tärkeyttä.

Tutkimukseni osoittaa, että matkailun tulevaisuuksien moninaisuus tunnistetaan ja matkailualan toimijat huomioivat tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhkatekijät. Matkailun tulevaisuutta pohtivat niin opiskelijat, yrittäjät, johtajat kuin asiantuntijat ja toimittajatkin. Diskurssit ovat yhteiskunnallisia käytäntöjä, jotka muovaavat sekä puhujia että kuulijoita, ja median esitykset nostavat uusia aiheita yhteiskunnalliseen keskusteluun (Seppänen & Väliverronen, 2012; Väliverronen, 1993, s. 28–32). Erityisesti aineistoni asiantuntijoiden kommentoissa näkyy median ohjaavan roolin tunnistaminen – asiantuntijat tarjoavat kehitysideoita ja kannustavat innovoimaan, ja pyrkivät siten innostamaan matkailualan toimijoita kehittämään uusia ratkaisuja ja suhtautumaan tulevaisuuteen toiveikkaasti. Tulevaisuustietoisuus rakentuu matkailun tulevaisuutta käsittelevissä

mediateksteissä teorian viittä ulottuvuutta mukailen, ja tulevaisuus esitetään moninaisena ja arvaamattomana kenttänä, jota kohtaan matkailualan toimijat esittävät vastuuntuntoa ja kiinnostusta. Diskursseissa merkityksellistyy myös motivaatio vaikuttaa tulevaisuuteen omien päätösten ja toimintatapojen kautta.

Tuloksissani näkyvät keskeiset megatrendit ilmastonmuutos, resurssien riittävyyden haasteet sekä kuluttajien varakkuuden muutokset (Hiltunen, 2019; TEM, 2022b, s. 16; Yeoman ym., 2012), jotka vaikuttavat siihen, millaiset olosuhteet matkailun kehitystä suuntaavat nyt ja tulevaisuudessa. Hiltusen (2019) raportissaan esittelemistä matkailutrendeistä erityisesti kestävä matkailu, maata pitkin matkustaminen ja lähimatkailu ovat esillä aineistossani. Lisäksi korostuvat teknologian mukanaan tuomat muutokset, yksilöllisten elämysten kysynnän lisääntyminen sekä matkailijoiden lisääntynyt tietoisuus esimerkiksi kestävästä matkailusta (esim. TEM, 2022b). Aineistossa esiintyviä heikkoja signaaleja voivat olla esimerkiksi kesämatkailun kasvu ja periferia-alueille matkailun suosion lisääntyminen, joista puhutaan muutamissa aineistoni media-artikkeleissa.

Matkailuala on keskeinen matkailijoiden ja alan työntekijöiden tarpeiden tyydyttäjä sekä innovaatioiden ja uusien trendien luoja, jonka tulisi samanaikaisesti tarjota hyötyjä mahdollisimman laajalle joukolle. Samalla matkailualaa haastavat ulkoiset tekijät. (Christou, 2022.) Matkailun erilaisia tulevaisuuksia voidaan arvottaa erilaisin tavoin, mutta keskeisin ristiriita syntyy kestävä matkailun ja matkailun kasvun välille. Tätä diskursseissa ei nosteta esiin, vaikka ristiriita tulisikin ratkaista matkailun sidosryhmien kesken, jotta matkailua voidaan jatkaa tulevaisuudessakin (esim. Butler, 2020; Leigh & Webster, 2013). Vaikka kompleksisuuden ja epävarmuuden keskeiset roolit matkailualalla huomioitiin diskursseissa, yhteistyön roolia tulevaisuuden ennakoinnin toteuttamisessa ei mainittu diskursseissa lainkaan (vrt. Borodako, 2014). Yhteistyön vähäisyys tulevaisuuden ennakoinnissa on huomioitu myös aiemmassa tutkimuksessa (Neuvonen ym., 2018). Teknologian kehitystä merkityksellistetään diskursseissa sekä mahdollisuutena että haasteena matkailulle, vaikka uuden teknologian mahdollisuudet korostuvatkin enemmän (ks. Bowen & Whalen, 2017). Kiinnostavaa on myös se, että erityisesti akatemiassa paljon huomiota saavaa degrowth-ajattelua eli matkailun kasvun rajoittamista tai jopa matkailun tarkoituksellista vähentämistä (esim. Lundmark, Zhang & Hall, 2021) ei mainita aineistossani eikä sitä merkityksellistetä diskursseissa, vaikka korona-ajan aikaansaamat positiiviset vaikutukset matkailijoiden vähentymisen vuoksi mainitaan.

Tutkielmani tulokset voisivat olla erilaisia, jos olisin valinnut media-aineistoni eri tavalla tai tehnyt erilaisia rajauksia. Aineistonkeruun mahdollisuuksia rajoitti työn laajuus, enkä voinut sisällyttää tutkimukseeni niin suurta aineistoa kuin olisi ollut tarjolla. Myös maksulliset mediasisällöt ja kuva- sekä videosisältöjen rajaaminen analyysini ulkopuolelle saattoivat vaikuttaa tutkielmani tuloksiin. Koen keräämäni aineiston kuitenkin olevan riittävän monipuolinen kokoelma matkailun tulevaisuutta koskevaa mediasisältöä vuosilta 2017–2023. Diskurssianalyysi soveltui aineistoni analysointiin hyvin, ja teoreettinen viitekehykseni tuki analyysiani. Analyysissäni olisin voinut tarkastella eri medioiden eroavaisuuksia ja puhujien välisiä valtasuhteita syvemmin, mutta syventymistä rajoitti tutkielmaprozessille varattu rajallinen aika. Läpi tutkimukseni olen pyrkinyt tuottamaan laadukasta ja luotettavaa tietoa toteuttamalla analyysini huolellisesti ja läpinäkyvästi sekä esittämällä tulokset mahdollisimman selkeästi. Koska tutkijan erottaminen tutkimuksestaan on laadullisessa tutkimuksessa käytännössä mahdotonta, toinen tutkija olisi silti voinut rakentaa samasta aineistosta erilaisia tuloksia. Tulokseni mukailevat kuitenkin aiempia tutkimuslinjoja, joten tulkintani eivät ole ainoastaan omaa keksintöäni vaan perusteltavissa.

Tutkielman tulokset ovat katsaus matkailun tulevaisuutta koskevaan uutisointiin vuosina, jolloin matkailu on kokenut maailmanlaajuisen koronakriisin ja pyrkinyt sopeutumaan uuteen toimintaympäristöön, joka on jatkuvassa muutoksessa. Tutkielma tarjoaa myös näkökulmia matkailutoimijoiden kommentteihin matkailun tulevaisuutta koskien, ja ohjaa siten pohtimaan matkailualan toimijoiden vaikuttavaa roolia mediassa. Toisaalta tutkimuksessani keskiöön nousee myös median valta valita aiheet, haastateltavat ja julkaistavat puheenvuorot tai niiden osat. Tutkielmani toimii keskustelunavauksena matkailun tulevaisuuden ja median suhteesta, mutta myös katsauksena matkailun muutoksiin ja kehittymiseen.

Tulokseni vahvistavat aiemman tieteellisen keskustelun näkemyksiä siitä, että matkailulle voidaan esittää useita erilaisia tulevaisuuskuvia, joissa kestävä ja sidosryhmien yhteistyössä toteutettu matkailu korostuu (esim. Fernández-Güell & Collado, 2014; Radic ym., 2022; Wright, 2021). Kun mediassa kirjoitetaan matkailun tulevaisuudesta, äänessä ovat moninaiset puhujat, vaikka asiantuntijaroolit korostuvat, ja matkailun yhteiskunnallisia vaikutuksia tuodaan esille niin positiivisesta kuin negatiivisesta näkökulmasta. Diskurssit tuottavat ja ylläpitävät sosiaalista todellisuutta (Siltaoja & Sorsa, 2020, s. 221). Aineistostani rakentuvat diskurssit ohjaavat matkailualan toimijoita toisaalta innovoimaan ja kuvittelemaan rohkeasti uusia ratkaisuja, toisaalta varautumaan haastavaan ja epävakaiseen tulevaisuuteen. Diskurssien tuottamassa todellisuudessa matkailualan tulevaisuuksiin on mahdollista vaikuttaa, eikä menestyksestä matkailua



haasteidenkaan keskellä esitetä mahdottomana. Haasteet voivat olla myös mahdollisuuksia luoda uutta (esim. Christou, 2022) ja muokata tulevaisuudesta omilla toimilla halutun kaltaista. Matkailu merkityksellistyy muutoksiin tottuneeksi alaksi, jolla myös tulevaisuustietoisuus on korkealla tasolla – aineiston puhujat pohtivat mahdollisia tulevaisuuksia ja arvottavat niitä vaikuttaen siten aktiivisesti siihen, millainen matkailun tulevaisuus tulee olemaan (ks. Ahvenharju, Lalot, Minkkinen & Quiamzade, 2021; Rubin, 2002).

Tulevaisuuskenttätutkimuksen tulokset voivat helpottaa erilaisiin vaihtoehtoisiin tulevaisuuksiin varautumisessa ja haastaa tulevaisuutta koskevia oletuksia (esim. Kuusi & Virmajoki, 2022, s. 26). Tutkimukseni tuloksia voidaan soveltaa akatemiassa, asiantuntijayhteisöissä, matkailualan yrityksissä sekä mediataloissa, koska tutkielmani kuvaa tapoja, joilla mediassa esitetään matkailun tulevaisuutta ja siten merkityksellistetään ja rakennetaan matkailua ilmiönä. Tuloksia voidaan hyödyntää myös matkailun tulevaisuuden ennakoinnissa ja suunnittelussa. Jatkotutkimuksissa tarkastelun laajentaminen useampiin medioihin tai pidemmälle aikavälille olisi todennäköisesti hedelmällistä. Toisaalta matkailun tulevaisuuden diskursseja mediassa voitaisiin tarkastella myös kansainvälisellä tasolla. Matkailun tulevaisuus on laaja tutkimuskohde, joka otetaan huomioon matkailualalla jo nyt, kuten tulokseni osoittavat. Koska matkailualallakaan ei ole kristallipalloa tarjoamassa tarkkoja ennusteita, matkailun tulevaisuutta tulee pohtia ja huomioida jatkossakin.

## KIITOKSET

Haluan lopuksi kiittää kaikkia, jotka ovat jollakin tavalla osallistuneet ja vaikuttaneet tutkielmani yhtä aikaa silmänräpäykseltä ja ikuisuudelta tuntuneeseen valmistumisprosessiin. Lapin yliopiston matkailututkimuksen väki opiskelijoista opettajiin ja tutkijoihin on yhteisö, joka tarjoaa inspiroivat olosuhteet oppia ja kokeilla uutta.

Graduseminaarin ohjaajia haluan kiittää tsempeistä, jotka innostivat sisukkaaseen työskentelyyn oman projektin parissa. Erityisen suuret kiitokset prosessiohjaajalleni Monika Lüthjelle tuesta läpi graduvuoden. Ilman asiantuntevia kommenttejasi tutkielmaprosessini olisi sisältänyt paljon harha-askelia. Parempaa ohjaajaa ei graduni olisi voinut saada.

Kiitokset myös Soile Veijolalle prosessia vauhdittavista kommentteista erityisesti seminaarin alkupuolella. Kiitos vertaistuesta koko graduseminaariryhmälle 2022–2023, teidän ansiostanne en koskaan tuntenut olevani tutkielman kanssa yksin.

Mielenterveyttä ylläpitävistä palveluista prosessin aikana haluan lisäksi kiittää muutamia tahoja. Rovaniemen pääkirjaston laaja romaanivalikoima mahdollisti lukemisen vastapainona – noh, lukemiselle. Teorialuvustani saan kiittää Maija Vilkkumaan 1973-albumia, joka toimi tekemiseni taustamusiikkina loka-marraskuun harmaudessa. Kirjallisuus ja musiikki ovat antaneet prosessiin voimaa silloin kun sitä olen eniten tarvinnut.

Kiitos perheelleni ja ystävilleni, jotka ovat jaksaneet kuunnella loputonta gradupuhetta (ja ärsyyntynyttä marinaa) milloin mistäkin tutkielmaprosessin osasta, ja tsempata siitä huolimatta.

## LÄHTEET

Ahvenharju, S. (2022). *Futures consciousness as a human anticipatory capacity: Definition and measurement*. Väitöskirja. Turun yliopisto.

Ahvenharju, S., Lalot, F., Minkkinen, M. & Quiamzade, A. (2021). Individual futures consciousness: Psychology behind the five-dimensional futures consciousness scale. *Futures*, 128, 102708. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2021.102708>

Ahvenharju, S., Minkkinen, M., & Lalot, F. (2018). The five dimensions of Futures Consciousness. *Futures : the journal of policy, planning and futures studies*, 104, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.06.010>

Ahvenharju, S. & Pouru-Mikkola, L. (2022). Tulevaisuustietoisuus ja tulevaisuuslukutaito – kuinka kohtaamme, kuvittelemme ja käytämme tulevaisuutta? Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) (2022). *Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä* (s. 389–399). Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia julkaisuja 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Julkaistu myös verkossa: <https://tututopi.files.wordpress.com/2022/03/tva-1-2022-siivonen.pdf>

Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino.

Alma: Iltalehti. Haettu 10.12.2022 osoitteesta <https://alma.ocast.com/fi/iltalehti/>

Becken, S. (2013). Shapers and shifters for the future of travel and tourism. Teoksessa Webster, C., Ivanov, S., & Leigh, J. (2013). *Future tourism: Political, social and economic challenges*, 80–91. Routledge.

Bell, W. (1997). *Foundations of futures studies: Human science for a new era. Vol. 1, History, purposes and knowledge*. Transaction Publishers.

Borodako, K. (2014). Key foresight attributes of tourism companies in the city of Krakow and the region. *International Journal of Tourism Research*, 16(3), 282–290. <https://doi.org.ezproxy.ulapland.fi/10.1002/jtr.1927>

Bowen, J. & Whalen, E. (2017). Trends that are changing travel and tourism. *Worldwide Hospitality & Tourism Themes*, 9(6), 592–602. <https://doi.org.ezproxy.ulapland.fi/10.1108/WHATT-09-2017-0045>

Burr, V. (2015). *Social constructionism* (3rd. ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315715421>

Butler, R. (2020). Tourism – resilient but vulnerable as “the times they are a changing” in the “new normality.” *Worldwide Hospitality & Tourism Themes*, 12(6), 663–670. <https://doi.org.ezproxy.ulapland.fi/10.1108/WHATT-07-2020-0063>

Christou, P. A. (2022). *The History and Evolution of Tourism*. CAB International.

Edelheim, J. & Bohn, D. (2017). Matkailun kokonaisjärjestelmä. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (2017). *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, 35–41. Rovaniemi: Lapland University Press.

- Fernández-Güell, J. M. & Collado, M. (2014). Foresight in designing sun-beach destinations. *Tourism Management*, 41, 83–95. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1016/j.tourman.2013.09.011>
- Fletcher, J., Higham, J. & Longnecker, N. (2021). Climate change risk perception in the USA and alignment with sustainable travel behaviours. *PLoS ONE*, 16(2), 1–17. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1371/journal.pone.0244545>
- Foucault, M. (2005). *Tiedon arkeologia* (Kilpeläinen, T., kään.). Tampere: Vastapaino.
- García-Rosell, J-C. (2017). Vastuullinen matkailu. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (2017). *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, 229–234. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Grybovych, O., Hafermann, D. & Mazzoni, F. (2011). Tourism planning, community engagement and policy innovation in Ucluelet, British Columbia. Teoksessa Dredge, D. & Jenkins, J. (eds.) (2011). *Stories of Practice: Tourism Policy and Planning*, 79–104. Ashgate.
- Gurova, O. & Ratilainen, S. (2016). From shuttle traders to middle-class consumers: Russian tourists in Finnish newspaper discourse between the years 1990 and 2014. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1), 51–65. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1244507>
- Gössling, S. & Schweiggart, N. (2022). Two years of COVID-19 and tourism: What we learned, and what we should have learned. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 915–931. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2029872>
- Haanpää, M., García-Rosell, J.-C. & Kyyrä, S. (2013). Ennakoiva tuotekehitys matkailussa. Teoksessa Veijola, S. (toim.) (2013). *Matkailututkimuksen lukukirja*, 102–114. Lapin yliopistokustannus.
- Haapakoski, A. (2021). *Hidas matkailu osana matkailun murrosta: Sisällönanalyysi ja diskurssianalyysi media-aineistosta*. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.
- Hall, M. (2013). Through a glass darkly: The future of tourism is personal. Teoksessa Webster, C., Ivanov, S., & Leigh, J. (2013). *Future tourism: Political, social and economic challenges*, 103–120. Routledge.
- Harjula, P. (2017). *Matkailun vieraanvaraisuuden sukupuoliroolit suomalaisessa media-aineistossa: Kriittistä lähilukua*. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.
- Hiltunen, E. (2019). *Matkailun tulevaisuus -raportti*. Helsingin Matkailusäätiö.
- Hiltunen, E. (2012). *Matkaopas tulevaisuuteen*. Talentum.
- Inayatullah, S. (1990). Deconstructing and Reconstructing the Future: Predictive, cultural and critical epistemologies. *Futures*, 22(2), 115-141.
- Jalilvand, M. R. (2017). Word-of-mouth vs. mass media: their contributions to destination image formation. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 28(2), 151–162. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/13032917.2016.1270840>

- Jokinen, A. (2016). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.). (2016). *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö* (s. 249–265). Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A. & Juhila, K. (2016). Valtasuhteiden analysoiminen. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.). (2016). *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö* (s. 75–104). Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A., & Juhila, K. & Suoninen, E. (2016). Diskursiivinen maailma: Teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (toim.). (2016). *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö* (s. 25–50). Tampere: Vastapaino.
- Juhila, K. (1999). Tutkijan positiot. Teoksessa Jokinen, A., Suoninen, E., & Juhila, K. (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*, 201–232. Tampere: Vastapaino.
- Juhila, K. & Suoninen, E. (1999). Kymmenen kysymystä diskurssianalyysistä. Teoksessa Jokinen, A., Suoninen, E., & Juhila, K. (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*, 233–252. Tampere: Vastapaino.
- Kaksonen, T., Ojuva, J. & Ouallen, P. (2012). *Minne menet matkailu?: Näkökulmia matkailun ennakointiin, osa I*. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Kamppinen, M., Malaska, P. & Kuusi, O. (2002). Tulevaisuudentutkimuksen peruskäsitteet. Teoksessa Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2002). *Tulevaisuudentutkimus: perusteet ja sovelluksia*, 19–53. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Kantola, A., Moring, I., & Väliaverronen, E. (toim.) (1998). *Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan*. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Kapuściński, G. & Richards, B. (2022). Destination risk news framing effects – the power of audiences. *Service Industries Journal*, 42(1/2), 107–130. <https://doi.org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/02642069.2018.1441402>
- Kekäle, J. & Puusa, A. (2020). Tiedesodat: Realistinen ja konstruktionistinen maailmankäsitys. Teoksessa Puusa, A., & Juuti, P. 2020, (toim.) *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*, 39–54. Helsinki: Gaudeamus.
- Khodadadi, M. & O'Donnell, H. (2017). UK press and tourist discourses of Iran: a study in multiple realities. *Leisure Studies*, 36(1), 53–64. <https://www-tandfonline-com.ezproxy.ulapland.fi/doi/full/10.1080/02614367.2015.1085591>
- Kuosa, T. (2011). Evolution of futures studies. *Futures*, 43(3), 327–336.
- Kuula, A. (2011). *Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys* (2. uud. p.). Tampere: Vastapaino.
- Kuusi, O. & Virmajoki, V. (2022). Tulevaisuuskäsitteellisen tutkimuksen filosofiset perusteet. Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) (2022). *Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä* (s. 22–39). Tulevaisuudentutkimuksen

Verkostoakatemian julkaisu 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Julkaistu myös verkossa: <https://tututopi.files.wordpress.com/2022/03/tva-1-2022-siivonen.pdf>

Kyyrä, S. (2017). Matkailun ennakointi. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (2017). *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, 198–203. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

Kyyrä, K. (2019). Matkailun kasvusta liikamatkailuun?: Matkailun kasvun diskursiivinen rakentuminen media-aineistossa. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.

Lalot, F., Abrams, D., Ahvenharju, S., & Minkkinen, M. (2021). Being future-conscious during a global crisis: The protective effect of heightened Futures Consciousness in the COVID-19 pandemic. *Personality and individual differences*, 178, 110862. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110862>

Lalot, F., Ahvenharju, S., Minkkinen, M., & Wensing, E. (2020). Aware of the future? Development and validation of the Futures Consciousness Scale. *European Journal of Psychological Assessment*, 36(5), 874–888. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1027/1015-5759/a000565>

Lehtonen, M. (1996). *Merkitysten maailma: Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia*. Tampere: Vastapaino

Leigh, J. & Webster, C. (2013). Future tourism: Where to now? Teoksessa Webster, C., Ivanov, S., & Leigh, J. (2013). *Future tourism: Political, social and economic challenges*, 191–199. Routledge.

Li, G. & Jiao, X. (2020). Tourism forecasting research: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 263–266. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1108/TR-09-2019-0382>

Lombardo, T. (2016). Future Consciousness. *World Future Review (Sage Publications Inc.)*, 8(3), 116–140. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1177/1946756716673636>

Lombardo, T. (2009). Understanding and teaching future consciousness. *On the Horizon*, 17(2), 85–97. <https://doi.org/10.1108/10748120910965476>

Lombardo, T. & Cornish, E. (2010). Wisdom facing forward: What it means to have heightened future consciousness. *The Futurist; Washington*, 44(5), 34–42.

Lundmark, L., Zhang, J. J., & Hall, C. M. (2021). *Degrowth and tourism: New perspectives on tourism entrepreneurship, destinations and policy*. Routledge.

Mackenzie Wright, D. W. (2023). Travel and the climate crisis: Exploring COVID-19 impacts and the power of stories to encourage change. *Journal of Tourism Futures*, 9(1), 116–135. doi: <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2020-0043>

Neuvonen, M., Riala, M., Nummelin, T., Sievänen, T. & Tuulentie, S. (2018). Future perspectives on outdoor recreation in Finland. *Leisure/Loisir: Journal of the Canadian Association for Leisure Studies*, 42(4), 365–388. <https://doi.org/10.1080/14927713.2019.1581991>

Park, E., Park, J. & Hu, M. (2021). Tourism demand forecasting with online news data mining. *Annals of Tourism Research*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103273>

- Pernecky, T. (2012). Constructionism: Critical pointers for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1116-1137.
- Perse, E. M. & Lambe, J. (2016). *Media effects and society* (2. painos). New York: Routledge.
- Radic, A., Koo, B., Kim, J. J., Ariza-Montes, A., Vega-Muñoz, A. & Han, H. (2022). The effects of Media Encouragements on Coronavirus Vaccination Decision and Public Interest in Traveling Abroad. *Information (2078-2489)*, 13(3). <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.3390/info13030157>
- Reuters-instituutti. (2022). Uutismedia verkossa 2022 (PDF). Haettu 10.12.2022 osoitteesta [https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Raportti\\_Reuters-Uutismedia-verkossa\\_2022.pdf](https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Raportti_Reuters-Uutismedia-verkossa_2022.pdf)
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2022). Bootstrapping tourism post-COVID-19: A systems thinking approach. *Tourism and Hospitality Research*, 22(1), 86–101. <https://doi.org/10.1177/14673584211038859>
- Rubin, A. (2002). Tulevaisuudentutkimuksen käsitteitä. Teoksessa Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2002). *Tulevaisuudentutkimus: perusteet ja sovelluksia*, 889–908. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Salonen, K. (2017). ”Ounasvaaralla kiivetään edelleen takapuoli edellä puuhun”: Rovaniemäläisen luonto- ja virkistysalueen matkailullisen kehittämisen diskurssit Lapin Kansassa vuosina 2006 ja 2014. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.
- Sánchez, C. C., Carranza, R., Martin, C. D. & Díaz, E. (2022). Evolution, trends and future research lines in corporate social responsibility and tourism: A bibliometric analysis and science mapping. *Sustainable Development*, 30(3), 462–476. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1002/sd.2260>
- Sande, Ö. (1972). Future Consciousness. *Journal of Peace Research*, 9(3), 271–278. <https://doi.org/10.1177/002234337200900307>
- Sanoma. Tuotteet ja brändit. Haettu 10.12.2022 osoitteesta <https://www.sanoma.fi/mita-teemme/tuotteet-ja-brandit/>
- Schweinsberg, S., Darcy, S., & Cheng, M. (2017). The agenda setting power of news media in framing the future role of tourism in protected areas. *Tourism Management*, 62, 241–252. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1016/j.tourman.2017.04.011>
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. (2012). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Siivonen, K. (2022). Tulevaisuusperintö kulttuurisen kestävyysmurroksen välineenä. Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) (2022). *Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä* (s. 444–458). Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia julkaisuja 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Julkaistu myös verkossa: <https://tututopi.files.wordpress.com/2022/03/tva-1-2022-siivonen.pdf>
- Siltaoja, M. & Sorsa, V. (2020). Diskurssianalyysi johtamis- ja organisaatiotutkimuksessa. Teoksessa Puusa, A., & Juuti, P. 2020, (toim.) *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*, 219–238. Helsinki: Gaudeamus.

- Stone, M. J. (2018). Eat there! Shop here! Visit that! Presenting the city in mass media travel writing. *Current Issues in Tourism*, 21(9), 998–1013. [https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/13683500.2015.1123678](https://doi.org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/13683500.2015.1123678)
- Suess, C., Maddock, J., Dogru, T., Mody, M., & Lee, S. (2022). Using the Health Belief Model to examine travelers' willingness to vaccinate and support for vaccination requirements prior to travel. *Tourism Management*, 88, 104405. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1016/j.tourman.2021.104405>
- Suomi, M. (2021). *COVID-19 Pandemian merkitys kotimaanmatkailussa – Media-aineiston diskurssianalyysi kesältä 2020*. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.
- Tunkkari-Eskelinen, M. (2017). Matkailutyö. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 183-187). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.). Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). (2021). *Matkailu kasvaa ja uudistuu*. Haettu 16.1.2023 osoitteesta <https://tem.fi/matkailu>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). (2022a). *Matkailu lukuina*. Haettu 27.3.2023 osoitteesta <https://tem.fi/matkailu-lukuina>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM). (2022b). *Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023* (PDF). Haettu 20.1.2023 osoitteesta <https://tem.fi/suomen-matkailustrategia>
- UNWTO. (2019). *Global Report on Women in Tourism – Second Edition*. Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- UNWTO. (2023). *Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023*. Haettu 18.1.2023 osoitteesta <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
- Valtonen, S. (1998). Hyvä, paha media. Teoksessa A. Kantola, I. Moring & E. Väliaverronen (toim.), *Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan* (s. 93–121). Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Varum, C., Melo, C., Alvarenga, A. & de Carvalho, P. S. (2011). Scenarios and possible futures for hospitality and tourism. *Foresight*, 13(1), 19–35. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1108/14636681111109679>
- Värzaru, A. A., Bocean, C. G., & Cazacu, M. (2021). Rethinking Tourism Industry in Pandemic COVID-19 Period. *Sustainability*, 13(12), 6956. <https://doi.org/10.3390/su13126956>
- Vuori, J. (a) Johdanto: Aineistojen monimuotoisuus. Teoksessa Vuori, J. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Haettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/>



- Vuori, J. (b) Mediatekstit. Teoksessa Vuori, J. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Haettu 1.2.2023 osoitteesta <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaopetus/kvali/>
- Väliverronen, E. (1993). Diskurssien verkossa: Joukkoviestimet, julkisuus ja valta. *Media & Viestintä*, 16(1). Haettu 11.1.2023 osoitteesta <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/71121>
- Väliverronen, E. (1998). Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa A. Kantola, I. Moring & E. Väliverronen (toim.), *Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan* (s. 13–39). Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Wang, D., Chan, H. (Rena), & Pan, S. (2015). The Impacts of Mass Media on Organic Destination Image: A Case Study of Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(8), 860–874. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/10941665.2014.948464>
- Whittington, A. (2014). Family vacation 2050: Socially and technologically-driven scenarios of the future of family travel, recreation and tourism. *Tourism Recreation Research*, 39(3), 379–396. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/02508281.2014.11087007>
- Wilenius, M. (2005). Taming the dragon: How to tackle the challenge of future foresight. *Business Strategy Series*, 9(2), 65–77.
- Woo, E., Kim, H. & Kim, Y. G. (2022). Touristification phenomenon and support for tourism development. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 33(1), 65–78. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/13032917.2021.1906287>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2020). *To recovery & beyond: The future of travel & tourism in the wake of COVID-19*. Raportti (PDF). Haettu 27.3.2023 osoitteesta <https://wtcc.org/initiatives/to-recovery-beyond>
- Wright, D.W. (2021). Travel and the climate crisis: exploring COVID-19 impacts and the power of stories to encourage change. *Journal of Tourism Futures*, 9(1), 116–135. DOI 10.1108/JTF-03-2020-0043
- Yle pähkinänkuoressa. Haettu 10.12.2022 osoitteesta <https://yle.fi/aihe/artikkeli/yleisradio/yle-pahkinankuoressa>
- Yeoman, I., Tan, L. Y. R., Yu, R. L., Mars, M. & Wouters, M. (2012). *2050 - tomorrow's tourism*. Channel View Publications.
- Yildiz, A., Guzel, O., Yildiz, M., Ceyhan, S. Pless, N. & Aytakin, I. (2022). Media representation of COVID-19 pandemic and its impact on Australian hospitality businesses. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 1–19. <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1080/13032917.2022.2109051>

## LIITE

### Aineistoluettelo:

Y1. Kanaria ja Tallinna pysyvät perheiden kestopuosikkeina – koululaisten talvilomat nostavat pandemian hyydyttämän matkailun nousuun. Yle, 13.2.2023

Y2. Helsinkiin on suunniteltu ennätysmäärä hotelleja, ja Jätkäsaaren pilvenpiirtäjä on yksi niistä – tutkija: ”Tässä on monta uhkatekijää yllä”. Yle, 16.3.2022

Y3. Virtuaalisuus olisi Lapin matkailullekin mahdollisuus, mutta uskalletaanko askel ottaa? Futuristi kannustaa: ”Älä anna hyvän kriisin mennä hukkaan”. Yle, 24.1.2021

Y4. Murtuuko megatrendi? – Maallemuutto voikin olla tulevaisuudessa suosittua. Yle, 29.2.2020

Y5. Jos Lapin matkailun talvisesonki sakkaa, se voi tarkoittaa nuorten massatyöttömyyttä – Ida Aatsinki: ”Kyllä tulevaisuus pelottaa”. Yle, 2.9.2020

Y6. Kääntäjäkone aivoissa rikkoo kielimuurit, virtuaalilasit vievät kivikaudelle ja dronetaksi lentää ilman kuskia – Näinkö matkailemme tulevaisuudessa? Yle, 9.2.2019

Y7. Hyppää tulevaisuuden lennolle: Vuonna 2050 lentolippusi ovat sitä kalliimmat, mitä enemmän lennät. Yle, 1.1.2018

Y8. Hyppää tulevaisuuden laivaan: Vuonna 2050 voit vaihdattaa risteilyllä auton renkaat, luistella ja käydä lääkärissä. Yle, 30.12.2017

Y9. Hyppää tulevaisuuden junaan: Vuonna 2050 matkustat kymmenessä tunnissa Berliiniin ja vartissa Tallinnaan. Yle, 27.12.2017

H1. The Times hehkuttaa Tamperetta: ”Tuskin olet kuullut tästä satumaisesta suomalaisesta kaupungista”. Helsingin Sanomat, 31.1.2023

H2. Helsinkiin on tulossa niin paljon uusia hotelleja, että se saa tutkijan varpailleen – ”Voi lisätä vihamielisyyttä”. Helsingin Sanomat, 3.3.2022

H3. Terveisiä Tampereelta! Helsingin Sanomat 29.10.2022

H4. Koronavirus muuttaa matkailua, mutta totumme siihen, uskoo professori – Tutkijat kertovat, miltä turismin tulevaisuus näyttää. Helsingin Sanomat, 18.5.2021

H5. Etlalla kolme skenaariota matkustamisen tulevaisuudesta: Lentoliikenteen matkustajamäärät voivat jäädä jopa 23 prosenttia vuoden 2019 tasosta. Helsingin Sanomat, 21.9.2021

H6. Heinäkuussa suomalaiset matkustivat kotimaassa enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Helsingin Sanomat, 26.8.2021

H7. ”Nyt matkailun tuomiin ongelmiin on aika puuttua” – Asiantuntijat arvioivat, miten koronavirus muuttaa turismia. Helsingin Sanomat, 25.4.2020

H8. Koronakriisi voi tuoda piristysruiskeen Suomen matkailuun, jos ulkomaanlomiin käytetyt eurot kuluvat kotimaassa. Helsingin Sanomat, 20.4.2020

IS1. S-Ryhmän tulos parani – hotellien ja ravintoloiden myynnissä kovaa kasvua. Ilta-Sanomat, 13.2.2023

IS2. Kun matkailuyrittäjänä Levillä toimiva Janita, 25, saapui turistien luokse poron kanssa, tapahtui jotain, mitä hän ei unohda – näitä vieraat usein ihmettelevät. Ilta-Sanomat, 3.3.2022

IS3. ”Aamulla tuli herätys, että Kuukkeli palaa” – kauppiaan elämäntyö muuttui tuhkaksi vain muutamassa tunnissa. Ilta-Sanomat, 27.3.2022

IS4. Lasten harrastukset tauolle, ei kahvia vieraille, saunaan harvemmin – näin hintojen nousu iski suomalaisten arkeen. Ilta-Sanomat, 13.4.2022

IS5. Miten matkailemme tulevaisuudessa? 5 tapaa, joilla matkailu saattaa muuttua. Ilta-Sanomat, 15.3.2021

IL1. Tornioon matkaava Ukko-Pekka pyrkii ryöväämään turisteja Rovaniemeltä. Iltalehti, 26.11.2022

IL2. Miten Lapin matkailu voi? Turistit ovat palaamassa, mutta bensiinin hinta saattaa vaikuttaa suomalaisten lomapäätöksiin. Iltalehti, 18.7.2022

IL3. Mullistaako tämä palkittu keksintö lähimatkailun? Katso, millainen on Fiskarsin uusi luksuspuumaja. Iltalehti, 4.7.2022

IL4. Sveitsin matkailu toipuu korona-ajasta ontuen – ”Meillä on uusi uhka”. Iltalehti, 10.4.2022

IL5. "Venäläiset asiakkaat menetetty pitkäksi aikaa" – tällaisia vaikutuksia Ukrainan sodalla on Suomen matkailuun. Iltalehti, 6.3.2022

IL6. Personoituja pakettimatkoja ja luksusjunia – tulevaisuustutkija kertoo, kuinka sinunkin matkailusi muuttuu. Iltalehti, 2.11.2019

IL7. Tuomiopäivän turisti ja viisi muuta uutta matkailijatyyppeä – kuulutko heihin? Iltalehti, 3.11.2019